

## PROPAGANDA - MEDIJI - HEROJI - MITOVI

[Metadata, citation and similar papers at](#)

Reana Senjković

UDK: 39.01:355.01(497.5)"199"  
316.77:355.01(497.5)"199"  
355.01(497.5)"199":39.01  
355.01(497.5)"199":316.77  
Izvorni znanstveni rad  
Primljeno: 27.11.2001.  
Prihvaćeno: 15.12.2001.

### Sažetak:

*Povijest istraživanja medija masovnoga komuniciranja i, preciznije, propagandnih poruka koje oni posreduju, upravo je odlučujuće povezana s velikim ratovima 20. stoljeća, ne samo zbog snažnog poticaja koji su oni dali promišljanju i istraživanju teme utjecaja medija na oblikovanje javnoga mnijenja, nego i zbog toga što društvene krize, među kojima ratna situacija svakako zauzima sam vrh ljestvice intenziteta, ljude čini ovisnijima o informacijama ali i manje kritičnima prema njihovu sadržaju. No, koliko god te tvrdnje bile nedvojbene, prostor koji ostavljaju različitim pogledima, drugačijim uvidima pa i drugim znanstvenim disciplinama dopušta da se iznova propituju i nikada do kraja ne zaključe.*

*Medijske su slike za vrijeme rata u Hrvatskoj 1991.-1995. umnogome naličile medijskim slikama drugih ratova 20. stoljeća, pa je i lik Hrvatskoga Ratnika koji se iz njih nadao da bi postao uzorom i poticajem, ali i da bi se upisao u sliku identiteta nacije, uvelike sličan drugim likovima uzornih ratnika. Ipak, ovome u prilog govore mnogi relevantni isječci iz strane znanstvene produkcije, niti takav taj lik nije nužno i isključivo bio rezultatom pritiska odozgo navođene, ratne cenzure.*

*Posebno se zanimljivim, međutim, čini usporediti lik Hrvatskoga Ratnika kakvoga su predložili hrvatski mediji s "hrvatskim vojnikom" kojega opisuje ratna autobiografska proza ili o kakvome svjedoče kazivanja jednako onih koji su u rat pošli dobrovoljno kao i onih koje je na ratišta doveo mobilizacijski poziv. Ovdje, terenski odslici medijskoga Ratnika nerijetko postaju predmetom izrugivanja ili pak razlogom za ogorčenost. U prvome se slučaju obraća nefunkcionalnosti "ikonografskih dodataka", pa i nerazumijevanju "zakonitosti bojišnice", dok se drugi referira na neistinitost slike i njezinu neprimjerenost stvarnosti neadekvatne opskrbljenosti i teških uvjeta ratovanja.*

**Ključne riječi:** propaganda, rat, mediji, hrvatski vojnik, ratnik

## PROPAGANDA

Povijest istraživanja javnog mnijenja i masovnih komunikacija upravo je odlučujuće vezana s poviješću samom ili, kako ju je vidio James Carey, jedan od vodećih predstavnika "američkih" kulturalnih studija, s poviješću ratova 20. stoljeća: "Jaki učinci komunikacijskih medija su se osjećali u 30-im godinama, jer su depresija i politički događaji u vezi s ratom stvorili plodno sjeme za proizvodnju određenih vrsta efekata. Slično tomu, normalnost 50-ih i 60-ih dovela je do modela ograničenih efekata. Kasnih 60-ih je kombinacija razdoblja rata, političkog nesklada i inflacije učinila društvenu strukturu propusnom za utjecaj medija komunikacije" (prema McQuail, 1992: 255).

Riječ je, naime, o Careyevu komentaru uobičajene ili pri pogledu na prošlost istraživanja medija i percepcije medijskih poruka vjerojatno najčešće podjele na tri sukcesivne "faze": fazu otkrivanja potencijala medija masovnih komunikacija (*hypodermic needle model*; *silver bullet model*), fazu otkrića *selektivne percepcije* i fazu povratka *konceptu moćnih masovnih medija*.

Prva je od tih "tradicija" polazila od teze da se javno mnijenje proizvodi, a oblikuju ga i njime manipuliraju oni koji u tome nalaze svoj interes. Poruke posredovane medijima, tvrdili su među ostalima Abbott Lawrence Lowell u svojoj knjizi *Public Opinion and Popular Government* 1913. i Walter Lippman u knjizi *Public Opinion* 1922. godine, na običnoga su čovjeka koji ih je dnevno konzumirao djelovale kao da su mu "injektirane pod kožu", proizvođači izravne učinke koji se mogu unaprijed pretpostaviti, a potom i mjeriti (McNair, 1995: 29). Pretpostavke ove prve faze u istraživanju javnoga mnijenja dijelom su se temeljile na primjeni nove tehnologije, rotirajućeg tiska, pa i na fascinaciji novim medijima, filmom i radijem, ali prije svega na ekstenzivnoj fašističkoj propagandi i, s druge strane, na tek uočenim uspjesima ekonomske propagande.

Teorijsku je podršku stigmatizaciji propagande dala, među ostalima, i *kritička teorija*, nastala u okrilju Frankfurtske škole. Frankfurtsku školu za društvena istraživanja osnovali su 1923. godine u vajmarskoj Njemačkoj lijevo orijentirani intelektualci, mahom Židovi, koji su pripadali srednjoj i višoj klasi njemačkoga društva. Cilj im je bio prokazati društvene kontradikcije u temeljima suvremenoga kapitalizma. Njihova su kritička istraživanja komunikacija združila političkoekonomsku teoriju medija, kulturološke analize tekstova i promišljanje društvenih i ideoloških učinaka masovne kulture i komunikacija na publiku. Da bi označili proces industrijalizacije masovno proizvedene kulture, a zatim i komercijalne imperitive koji pokreću čitav sustav, uveli su pojam *industrije kulture*. Industrija kulture Theodora Adorna i Maxa Horkheimera pokretač je suvremenoga društva, gdje masovna kultura i komunikacije zauzimaju samo središte prostora dokolice, pa na taj način postaju posrednicima socijalizacije i medijatorima političke zbilje (Strinati, 1995: 53; Kellner, 1995: 28-29). Zbog toga su frankfurtski teoretičari u masovnim medijima vidjeli ključ razumijevanja fašizma (nacizma): oni zauzimaju mjesto stvarnih kulturnih vrijednosti nečime što je tim vrijednostima samo nalik, pa proizvode inferiornu *ersatz-kulturu*, podložnu infekciji totalitarizmom (Curran i Seaton, 1997: 266). Mediji sve aspekte

ljudskoga života podjarmljuju komercijalnim vrijednostima ili, Marcuseovim riječima: "Sada pojedinac na najdubljoj svojoj razini, tamo gdje vladaju instinkti, reproducira vrijednosti i modele ponašanja koji služe održavanju dominacije" (prema Curran i Seaton, 1997: 267).

Masovna je kultura dakle nužno ideologizirana i izopačena, zamišljena da prevari pasivnu masu svojih potrošača (Kellner, 1995: 30). Posao je propagandiste da "manipulirajući simbolima" "ograniči slobodu izbora", da "potakne druge da se ponašaju onako kako se inače ne bi ponašali", naivno vjerujući "da svoje odluke donose sami" (Doob, 1948: 242-244; Lasswell, prema Inkeles, 1950: 38; Fraser, 1957: 1). Propaganda, otkrivena kao bolest u vrijeme Prvoga svjetskog rata, imala je dobiti svoj lijek u rezultatima sve većeg znanstvenog rada u prostoru javnoga mnijenja i komunikacije. Kada je počeo Drugi svjetski rat, za svaki slučaj pokušalo se i s drugom, jednostavnijom metodom – preimenovanjem. Tako Amerikanci i Britanci domaćoj javnosti, saveznicima i neutralnim zemljama nisu podastirali "propagandu", nego "informacije". Istovremeno, neprijatelja su nastojali oslabiti sredstvima "psihološkog" i "političkog ratovanja". Dakako, i sami su nazivi organizacija koje su se bavile propagandnim aktivnostima zrcalili istu namjeru: u Americi su se, primjerice, nazivale Uredom za vladine izvještaje, Uredom koordinatora za informacije, Uredom za ratne informacije... (Doob, 1948: 231-232).

Ono u čemu su saveznici, samo javno ili ne, vidjeli bolest, za naciste je i fašiste bio lijek, jedno od najvažnijih oružja koje će upotrijebiti u svojoj misiji: "U ovome razdoblju slave, u kojemu imamo sreću živjeti, neka Ministarstvo tiska i propagande bude, i sve više postaje, središte u kojemu se okupljaju i iz kojega se šire snage velike obnove čije ime proizlazi iz Ducea" (prema Arnold, 1998: 1)<sup>1</sup>. Uostalom, riječima onoga čiji su propagandni pothvati zauzeli vjerojatno najviše mjesta u literaturi: "Propaganda nema ništa zajedničkog s istinom! Mi služimo istini služeći njemačkoj pobjedi" (isto: 2)<sup>2</sup>.

Propaganda, bila ona omražena ili slavljena, postala je posebno važnim prostorom promišljanja i djelovanja. Nakon rata istraživanja su masovnih komunikacija zasjele na sveučilišta, a njihovim su predmetom postale i društvene posljedice popularne kulture. Sve brojnija istraživanja, prije svega američkih znanstvenika, i primjena empirijskih metoda na posebna pitanja o utjecaju i učinkovitosti masovnih komunikacija, već su krajem četvrtoga desetljeća podastrla prve, utješne rezultate. Znanstvenici su u svoja istraživanja uveli nove varijable razlikujući u početku moguće učinke s obzirom na društvene i psihološke činitelje, da bi zatim počeli uvoditi varijable koje se odnose na efekte uzrokovane osobnim kontaktima i društvenim okruženjem, a na kraju i varijable koje se odnose na tipove motivacije za konzumiranje medijskih sadržaja. Empirijska su istraživanja pokazala da se ljudi izlažu porukama medija, razumijevaju ih i pamte selektivno, u skladu sa svojim sklonostima. Ljudi,

<sup>1</sup> Iz govora koji je 22. svibnja 1936. pred zakonodavnim vijećem održao Galeazzo Ciano, tada talijanski ministar tiska i propagande.

<sup>2</sup> Iz: Wilfred von Oven, *Mit Goebbels bis zum Ende*, svezak I, Dürer Verlag, Buenos Aires 1949: 32-33.

tvrdilo se, manipuliraju masovne medije, a nisu njima manipulirani (Curran, Gurevitch i Woollacott, 1986: 12; McQuail, 1992: 253). Dokazalo se da mediji djeluju unutar već postojeće strukture društvenih odnosa i sasvim određenog društvenog i kulturnog konteksta. Postalo je jasno da medijske poruke nužno ne mijenjaju stavove primatelja, pa i da promjenu u stavovima uvijek ne zaključuje promjena u ponašanju (McQuail, 1977: 73).

Tezu prema kojoj zasluge za pobjedu u Prvome svjetskom ratu treba pripisati Charlesu Mastermanu i britanskoj propagandi, a kojoj se u godinama prije početka drugoga velikog rata pridružio i Adolf Hitler, uvjeren da Treći *Reich* neće ponoviti taktičke pogreške carske Njemačke,<sup>3</sup> teoretičari su novoga načina promišljanja okrenuli naglavačke. Baš je vjera u moć propagande, ustvrdio je Lindley Fraser, jedan od najpoznatijih predstavnika novoga gledišta, Hitlera najskuplje koštala: "Hitlerovo vjerovanje da propagandom može pomicati planine i mijenjati crno u bijelo bilo je apsurdno i katastrofalno precjenjivanje moći propagande kao instrumenta vlade i oružja rata." Radije propagandist mora prihvatiti postojeće stavove kakvi jesu, upotrebljujući ih na najprikladniji način. Osim rijetkih iznimki, smatrao je Fraser, propaganda ne može drugo do aktivirati emocije koje su već prisutne, pa ih dovesti do klimaksa (Fraser, 1957: 10-11 i 195-196). Ovo je bilo i Churchillovo mišljenje: "Ako je (saveznička) propaganda bila učinkovita (u posljednjem ratu), to je bilo zbog toga što je pobudila eho u njemačkim srcima i uskomešala bojazni koje su od početka bile tamo" (prema Fraser, 1944: 24-25).

Je li doista bilo moguće, kao što je Hitler vjerovao, učiti na dobrim i lošim primjerima starima tek malo više od dva desetljeća, jer: "ciljevi propagande u dva svjetska rata bili su različiti, baš kao i instrumenti pomoću kojih se propaganda provodila"? No, Hitler o propagandi nije učio samo od Britanaca. U svojim se "ranim radovima" referirao na austrijske marksiste koji su, poput svojih sovjetskih uzora, "znali kako ugoditi masama" (Zeman, 1978: 7-11).

Lenjin je već 1902. godine u svojoj knjizi *Što da se radi?*, opširno pisao o upotrebi propagande u revoluciji. Smatrao je da borbom proletarijata mora upravljati organizacija revolucionarna različita od masovnoga pokreta tipa sindikata, s potpuno drugačijom koncepcijom "poželjnosti" za učlanjenje. Pretpostavka je za njezino uspješno djelovanje u uvjetima carske autokracije bila potpuna tajnost i ograničen broj članova koji bi, bez obzira na to da li će pripadati radništvu ili inteligenciji, trebali biti profesionalni revolucionari. Lenjin je takvu organizaciju smatrao uvjetom za ostvarenje revolucije: ni jedan masovni pokret, tvrdio je, nije trajan bez stabilnoga vodstva koje

---

<sup>3</sup> O Hitlerovu povjerenju u moć propagande možda najbolje kazuju njegova razmišljanja koja su prethodila osvajanju Francuske: "Zašto bismo se gnjavili vojnim načinima, ako to možemo učiniti bolje i jeftinije (...), ako mogu psihološki uništiti neprijatelja prije nego se vojska uopće pokrene (...). Poticanjem nemira u francuskom javnom mnijenju, Francusku je lako dovesti do točke u kojoj će svoju vojsku upotrijebiti ili prekasno ili uopće ne (...). Mjesto artiljerijskih priprema zauzet će propaganda, prije nego što stigne vojska (...). Mentalna konfuzija, neodlučnost, panika, to će biti prvo oružje. Kada neprijatelj bude u potpunosti demoraliziran iznutra, kada društveni nemir uzme maha, tada je pravi trenutak. Tada će biti dovoljan jedan udarac" (prema Rhodes, 1984: 179-180).

mu priskrbiljuje kontinuitet. Da bi osigurao stabilnost, Lenjin je zahtijevao da partija bude centralizirana, "izgrađena odozgo prema dolje" (Inkeles, 1950: 13-14).

Ipak, i Lenjin i Staljin su znali da nije moguće "stvoriti" revoluciju "dekretom", niti prouzrokovati fundamentalne društvene promjene izricanjem zapovijedi masama. Prvi je korak boljševičkog programa akcije bilo ideološko osvajanje "avangarde proletarijata". Teorija je jasno zahtijevala da kontrola sredstava javnoga priopćavanja bude koncentrirana u rukama Partije. Taj zaključak proizlazi jednako iz činjenice da je Partija sebi dodijelila ulogu učitelja i vođe, kao i iz pretpostavke da će "mase" pridobiti na svoju stranu neprekidnim utjecanjem na njihovu "psihologiju" (isto: 16-17 i 22-23).

Propagandne je aktivnosti u velikoj mjeri odredilo teorijsko razlikovanje agitacije i propagande, kako ga je Lenjin prvi put postavio u *Što da se radi?*: "Agitacija je za neupućene mase, predstavlja im jednu jednostavnu ideju, koju će prihvatiti nakon mnogobrojnih ponavljanja. Propagandist se, s druge strane, bavi mnogo kompleksnijim pitanjima i idejama koje može razumjeti samo manji broj ljudi." Tako je za agitatora, prema Lenjinu, prikladnija izgovorena, a za propagandista pisana riječ (prema Rhodes, 1984: 212). Time je Lenjin samo parafrazirao Plehanovljevu misao prema kojoj "propagandist prezentira odjednom mnogo ideja jednome čovjeku, ili nekolicini slušatelja, dok agitator prezentira samo jednu ili nekoliko ideja masi ljudi" (prema Inkeles: 1950: 39).

Ipak, kada su empirijska istraživanja, sredinom stoljeća, već gotovo razuvjerila, posramila, pa i zabrinula one koji su u medijskoj propagandi vidjeli moćno oružje za postizanje političkih ciljeva i kada se već činilo gotovo sigurnim da su čitatelji novina i slušatelji radija počeli misliti svojom glavom, u medijski je prostor ušla televizija, postavši najvažnijim izvorom informacija o političkim i drugim dnevnim događanjima. Svojim je političkim informacijama doprla i do onih koji za politiku nisu zainteresirani. Takve je gledatelje televizija aktivirala, oni sada imaju političke stavove i raspravljaju o njima. Lako je dokazati da su nešto naučili, čak i ako njihovo praćenje programa nije rezultat izbora, nego rezultat nedostatka izbora (isto: 247).

Znanost je počela apelirati na *novi pogled u istraživanju političkih komunikacija* (Jay Blumler i Jack McLeod), *nove strategije za preispitivanje medijskih efekata* (Peter Clarke i Gerald Kline), pa čak i *povratak konceptu moćnih masovnih medija* (Elizabeth Noelle-Neumann). Novi su istraživački pristupi zgrabili u veći odsječak vremena, poklonili više pozornosti varijablama društvenoga konteksta, nastojali su saznati o obaviještenosti ispitanika radije nego o njihovim stavovima i mišljenjima, zanimali su se za strukture vjerovanja i društvenoga ponašanja, a manje za pojedinačne slučajeve, posvetili su se i samom sadržaju čije su učinke proučavali (McQuail, 1977: 73-74; Blumler i Gurevitch, 1986: 245).

Pored televizije povratku je konceptu utjecajnih masovnih medija pridonio i povratak (novog) lijevog razmišljanja koje je ustvrdilo da se medijski materijali dizajniraju da bi podržali kapitalistički i birokratski vladajući *status quo* (isto: 15). Istodobno, metom je teoretičara postao i sam pojam *masovnih medija* ili, šire, *masovne kulture*. Novome se motrištu morao učiniti ne samo iznošenim, nego i potpuno

neprikladnim, već i zbog toga što je bio dijelom gotove teorije društva, koja je i prije izlaska na teren odgovorila na pitanja o povezanosti medija i društvenih procesa. U svojoj je "klasičnoj" ulozi, dakle, pojam *masa* signalizirao društvenu nediferenciranost publike novih medija: ako je publika, koja čini drugi, primateljski dio komunikacijskoga kanala, označena pojmom *mase*, tada posao proizvodnje i prijenosa poruke leži u rukama elite. Između koga mediji komuniciraju? Između elite i masa, između manjine i mnoštva: odgovor je sadržan u samome pojmu koji označuje predmet istraživanja. Pojam *masovne kulture*, ustvrdili su birmingemski teoretičari koji su se 60-ih godina okupili na projektu *Britanskih kulturoloških istraživanja*, teži biti elitistički baš postavljanjem binarne opozicije visokog i niskog, opozicije koja u sebi nosi prezir prema *masi* i njezinoj kulturi. Zbog toga su Raymond Williams i njegovo društvo – upravo suprotno pripadnicima Frankfurtske škole – zaniijekali razliku između "kultura", prevrednujući film, televiziju i popularnu glazbu (Bennett, 1986: 30-32). Konceptu su *masovne kulture* predbacili i monolitičnost i homogenost koja neutralizira kulturne kontradikcije i u neutralnome konceptu *mase* utapa sve što je drugačije i suprotno. Ovdje se društvo poimalo kao hijerarhijski i suparnički skup društvenih odnosa koje obilježuje tlačenje podređenih klasa, spola, rasa i nacija. Krićka i višedisciplinarna, birmingemska su istraživanja smjestila kulturu unutar teorije društvene produkcije i reprodukcije, nastojeći prepoznati načine na koje *kulturni oblici* jačaju *društvenu dominaciju* i, u skladu s time, oslabljuju otpor i borbu protiv dominacije. Nastala na Gramscijevu modelu *hegemonije i podređenosti*, analizirala su oblike dominacije da bi otkrila kako im se suprotstaviti (Kellner, 1995: 31-33).

U isto je vrijeme u svijet komunikologije ušao strukturalizam da bi pobio relevantnost "tradicionalnih" analiza sadržaja.<sup>4</sup> Dok su, naime, "tradicionalne" analize medijskih sadržaja bile, prema određenju Bernarda Berelsona, "istraživačke tehnike za objektivni, sustavan i kvantitativni opis manifestnog sadržaja komunikacije", semioleška je škola jasno pokazala odbojnost prema pobrojavaju kao načinu saznavanja značenja, smatrajući da značenje proizlazi iz međuodnosa, suprotstavljenosti i konteksta, a ne, kako su to vidjeli "tradicionalisti", iz brojnosti referenci. Svoju su pozornost radije usmjerili prema skrivenim, nego manifestnim sadržajima zaraženima mogućnošću "alternativnih interpretacija", udaljenijima od strukture teksta i ispunjenijima nasumičnim i nesvrhovitim elementima. Strukturalisti, pored toga, "sustavnost" istraživanja nisu nalazili u postupcima odabiranja uzorka na kojemu se istražuje, odbacujući i samu pomisao da bi svemu onome što se odnosi na neku temu trebalo prići na isti način ili pak različite tekstove jednako obrađivati. Oni su se, za razliku od svojih prethodnika, suprotstavili pretpostavci da se svijet društvene i kulturne "stvarnosti", poruka i primatelj, temelje na istome osnovnom sustavu značenja. Za njih društvena zbilja zbraja mnoga, više ili manje odjelita zvijezda značenja, a svako od njih zahtijeva poseban pristup (Berelson, 1952, prema McQuail, 1992: 183; McQuail, 1992: 189). Da bi, dakle, semiotičari razumjeli utjecaj medijskih poruka,

---

<sup>4</sup> Predstrukturalističke je metode analize sadržaja tradicionalnima nazvao Denis McQuail, kako sam tvrdi, jedino zato što su najstarije i najčešće primjenjivane (McQuail, 1992: 183).

prethodno će pokušati odgovoriti na pitanja društvene semiotike pretpostavljene komunikološke situacije, ovjeravajući time i pretpostavke da je poruka već i sama iz sebe višeznačna, pa da može značiti različito za pojedine skupine ili pojedince i, na kraju, da, čak i ako je na jednak način dekodiraju, primatelji na poruku nužno ne reagiraju jednako. Ove će različitosti u značenju i reakcijama vidjeti ovisnima prije svega o kontekstu primanja poruke u koji je potrebno uključiti i čimbenike kao što su političke naklonosti, dob, etnicitet i spol primatelja, a onda i tip poruke koja se prenosi (McNair, 1995: 29-30).

\* \* \*

Različite pristupe analizi medijskoga sadržaja okuplja, ipak, jedna svima zajednička upitanost, koja se odnosi na povezanost predstavljenoga i nekog izvanjskog standarda *stvarnosti*. Za teoriju hegemonije, primjerice, nastalu na marksističkome pristupu, medijski sadržaj *odražava* postupke koji će eliti osigurati kontrolu društva, dok će teoretičar liberal ustvrditi da su mediji ogledalo u kojemu se *odražava*, prilično precizno, društvena stvarnost (isto: 197; Strinati, 1995: 224). Oba su odraza, iako različita, sasvim jasna. Tek je postmoderna teorija zamutila ogledalo najavivši nastajanje društvenoga poretka u kojemu su važnost i moć masovnih medija i popularne kulture toliki da im omogućuju oblikovanje svih ostalih oblika društvenih odnosa, pa i upravljanje njima. Za postmoderniste znakovi popularne kulture i medijske slike akcelerirajućom snagom napreduju u zaposjedanju našega osjećaja stvarnosti iz kojega definiramo sebe i svijet oko sebe. Sada dakle mediji više nisu odraz, ma kakav bio, stvarnosti: samu stvarnost nije moguće definirati drugačije nego kao odraz toga ogledala. Konzumiramo likove i znakove radi njih samih, a ne radi njihove upotrebljivosti i njihovih mogućih dubljih značenja. Više se i ne postavlja pitanje iskrivljenosti slike – ogledalo je postalo jedinom stvarnošću kojom raspolažemo.

## MIT O ISKUSTVU RATA

Kada je Svijet kretao u Veliki rat propaganda se, kako je ustvrdio njemački povjesničar George Mosse, mogla osmisliti na predlošku već gotova mita. *Mit o iskustvu rata* je, uzme li se u obzir povijest ratova i ratovanja, recentan fenomen. Izgradio se, prema Mosseu, krajem 18. i početkom 19. stoljeća, u vrijeme Francuske revolucije i oslobodilačkih ratova njemačkih zemalja protiv Napoleonove Francuske, kada su na mjesto plaćenika, vojnih obveznika i silom regrutiranih vojnika stupili dobrovoljci, a ratna se propaganda našla pred novom zadaćom: legitimizirati i opravdati njihovu žrtvu. Ovo je bilo razlogom zbog kojega se "realnost ratnoga iskustva" morala prepraviti.

No, teško se odlučiti bi li ovo morao biti prigovor Mosseu, ali i ratovi Francuske revolucije i Prvi svjetski rat u mnogome su naličili drugim ratovima, barem po tome što su i u **njih**, kao i u Peloponeški rat kojega je opisao Tukidid u 5. st. pr. n.e. i kao



i u mnoge druge ratove, ratnici krenuli s mnogo entuzijazma. Tukidid je taj zanos zbog odlaska u rat pojasnio mladošću i neiskustvom onih koji su ga osjetili jer, slijedilo bi, da su bili stariji i iskusniji znali bi da je zlo koje sa sobom donosi rat, barem za pojedinca, mnogo teže od dobra, još tek projiciranog u neizvjesnu budućnost. I oni koji su krenuli u Prvi svjetski rat, jednako kao i oni koji su ih ispratili, nisu mogli znati da on neće biti "posljednje što valja učiniti da se više ne bi ratovalo". Tek pomalo zbunjuju mnogi ratnohušački glasovi tadašnje "intelektualne i kulturne elite", među njima i onih koji su se, poput Vere Brittain, kasnije nazivali protivnicima rata. Jesu li i oni spremno povjerovali porukama ratne propagande ili su, poput talijanskih Futurista i njemačkih Ekspresionista, u zveketu oružja vidjeli ostvarenje nagovještaja modernizma iz svojih umjetničkih programa?

Također, rovovi su se Velikoga rata činili manje blatnima, a rane i smrti manje vjerojatnima iz daljine na kojoj je još uvijek stanovao obični, svakodnevni život, pa je ratna propaganda postajala manje uvjerljivom tek kada su vojnici postali ratnici, a njihovi najbliži počeli zabrinuto iščekivati njihova pisma. Dva dana prije Božića 1915. godine, na Zapadnom je frontu poginuo Roland Leighton, zaručnik Vere Brittain. Kada je engleska književnica i feministkinja o tome pismom obavijestila brata Edwarda, Rolandova prijatelja (koji je poginuo u lipnju 1918.), napisala je: "Sve su Rolandove stvari upravo stigle s fronta (...). Sve je bilo vlažno i otrcano i slijepljeno blatom. I bilo mi je drago da niti ti (...), niti bilo tko drugi tko bi jednoga dana mogao poći na front nije bio ovdje da to vidi. Da si bio ovdje, obuzela bi te strahota rata, strahota u kojoj nema veličajnosti."

Drugi je svjetski rat bio drukčija vrsta rata, "niti malo lijep rat" kako ga je, sasvim jednostavno, opisala Gertrude Stein u knjizi *Wars I Have Seen*. Posvudašnjost je ratnih strahota pred propagandiste sada postavila još i veće zahtjeve. I samo je značenje pojma *dobrovoljac* valjalo iznova definirati. One dobrovoljce koji su iz čitave Europe došli da bi ratovali u Hitlerovoj vojsci Mosse je, koji se posebno bavio *Mitom o iskustvu rata* kakvim ga je doživjela Njemačka, vidio "manje prostodušnim u svojem entuzijazmu od ranijih dobrovoljaca" (Mosse, 1990: 205). I razlozi su za njihovu odluku bili mnogo složeniji: uvojačili su se ne u nacionalnu nego u europsku vojnu i borili su se protiv boljševizma više no što su tražili osobnu i nacionalnu regeneraciju: većina je tih dobrovoljaca pristajala uz ideologiju fašizma i prije no što je počeo rat (isto).

Ipak, **svjedočio je** Tukidid, rat se činio zavodljivim i mnogo prije Napoleona, a ta se zavodljivost velikim dijelom gradila na uvjerenju (neki će i njega i ne sasvim neopravdano nazvati mitom) da rat dječake proizvodi u muškarce, a muškarce u *prave muškarce*, ratnike. Jer, usprkos tomu što je (idealni, poželjni) muškarac značio različito za različita vremena i različite kulture, jedno je, čini se, uvijek i svugdje isto: "gotovo univerzalna intimna povezanost" njega i rata, ratovanja i ratničkoga (Barry McCarthy, *Warrior Values: A Socio-Historical Survey*, prema Rešić, 1999: 10). Jedva da je potrebno ovdje se prisjećati jedne od antropolozima nekada najdražih slika "primitivnih društava", gdje su tek stasali dječaci morali trpiti inicijacijska iskušenja da bi postali muškarcima koji će se, kao i s mukama *obreda prijelaza*, uskoro suočiti sa svakodnevnim iskušenjima odraslih lovaca i ratnika.



Da je odlazak u rat *rite de passage* i suvremenog *androsa*, dokazuju mnoga pisma s kojima su vojnici s bojišta ovostoljetnih, europskih i američkih ratova odašiljali svoje misli najbližima u domovini. Razumljivo, i ratno je propagandni poziv zbog toga bio jednak apelu na muško ponašanje muškaraca. Britanski plakat *Daddy, what did you do in the Great War?* ili američki mobilizacijski usklici *The Marine Corps Builds Men* i *Join the Army and Feel Like a Man* samo su najpoznatiji primjeri. Već i to što su odjenuli uniformu mnoge će muškarce učiniti muževnijima ili, kako svjedoče mnogi ženski glasovi, zavodljivijima. Mnogi izvori, uostalom, govore o naročito "raskalašnom ponašanju" muškaraca i žena u situaciji u kojoj su patnja, opasnost i prijetnja njihovim životima pratitelj njihove svakodnevice.

U zavodljivost ratne ponude stjecanja ili dokazivanja muževnosti često se uključuju i zavodljive krajnosti kakve sankcionira običan život u miru. Ovdje je, zapravo, riječ o ideji da u ratu "vrijede neka druga pravila", ideji koju potvrđuje i mnogošta pored "raskalašnog ponašanja", a takvo poimanje rata donosi koristi i vojsci koja i sama potpomaže proces okretanja od društvenih normi. Ovo se, među ostalim, postiže ponekad i ritualnom promjenom izgleda novaka, nakon čega on ulazi u društveni prostor koji je označen kao drugačiji od prostora "normalnoga" života.

## HRVATSKI RATNI ROMANTIČARI, HRVATSKI RATNICI I JAMBREKI

Kada se, međutim, želi govoriti o ratu koji se i ne tako davno dogodio *ovdje*, zavodljivost se neće činiti sasvim prikladnim, ako uopće i prihvatljivim pojmom da ga se opiše ili pojasni. Iako će se, s druge strane, *mit o iskustvu rata*, mislilo se o njemu unutar Mosseova ili nekog drugog i šireg određenja, pokazati ustrajnim i valjanim predloškom.

Rat u Hrvatskoj hrvatski predsjednik i hrvatska vlada nikada nisu proglasili ratom (iako su 23. studenoga 1991. godine proglasili opću mobilizaciju).<sup>5</sup> Zacijelo, ta je činjenica bila razlogom izostanka "klasičnih" mobilizacijskih poruka.

Plakat "Voliš li Hrvatsku?" bio je rijetko izravan poziv da se dokaže domoljublje.<sup>6</sup> Neodjeven muški lik, kojega je autor plakata, zamaglivši mu obrise, učinio pojmom, jednom je rukom pred sobom držao na vješalicu ovješenu maskirnu uniformu, a drugu je podigao da bi pokazao znak pobjede i, ujedno, upisao prvo slovo u tekst plakata. Potencijalno optužujući, sličio je vizualnim pozivima "odsutnima" s bojišta svjetskih i drugih ratova.

<sup>5</sup> Razloge je tomu Franjo Tuđman, predsjednik Hrvatske i, ujedno, vrhovni zapovjednik Hrvatske vojske 23. listopada 1994. pojasnio u razgovoru s novinarima koji su pripremali BBC-ovu *Smrt Jugoslavije*: "Nije nam bilo u interesu objaviti da smo u ratu", rekao je tom prigodom. Kao jedan od razloga za neobjavljivanje činjenice koju su ionako svi znali, "da smo u otvorenom sukobu s jugoslavenskom vojskom", Tuđman je naveo bojazan da bi objava rata mogla "unositi demoralizaciju u hrvatski narod i dati poticaj još otvorenijem nastupu Srba, ne samo u Kninu, nego u čitavoj Hrvatskoj" (prema podlistku *Obzora* 58, od 20. svibnja 1996: 57-60).

<sup>6</sup> Autor plakata je bio Boris Ljubičić.

Mobilizacijsku je poruku možda moguće prepoznati i na plakatu koji je u proljeće i ljeto 1992. godine upozoravao Zagrepčane da rat nije daleko. Formatom je i dizajnom oponašao izgled prometnoga znaka na kojemu se ispisala udaljenost toponima hrvatskoga otpora: "Vinkovci 269 / Osijek 281 / Vukovar 316 / Ilok 351".

Ipak, jedan je hrvatski plakat stao na kraj duga niza kojemu je prototip bio vjerojatno najslavniji britanski mobilizacijski plakat. "I moj tata je hrvatski vojnik", hvalio se dječak odjeven u maskirnu uniformu, s crnom vrpcom povezanom oko čela. I on je prstima oblikovao znak pobjede. Ovaj plakat, koji je naručila Operativna grupa 'Posavina' – Novska, a autor mu je bio Ivo Vrtarić, zanimljiv je još iz jednog razloga. Ponosni je dječak, naime, na sebi ponio tri ikonografska atributa *hrvatskoga ratnika*, onakva kakva su, kao uzor, postavili hrvatski mediji: odjenuo je maskirnu uniformu, oko čela ovio crnu vrpcu i prstićima pokazao *V for Victory*.<sup>7</sup>

\* \* \*

Među prvima koji su krenuli u rat bili su "mladi, divlji i neobuzdani" navijači hrvatskih nogometnih klubova koji su na bojišta donijeli svoju navijačku ikonografiju. Njihov je dobrovoljni odlazak na bojišta slijedio "velike skandale" koje su u kratkom postizbornom a prijeratnom vremenu priređivali navijačima srpskih nogometnih klubova, a onda i otvorenu podršku koju su na izborima 1990. godine, istaknuvši transparent s natpisom "BBB za HDZ", dali HDZ-u.

---

<sup>7</sup> U svojem je izvještaju o uspjehu kampanje *V for Victory*, krajem srpnja 1941, službenik jednog regionalnog britanskog ureda za informiranje ustvrdio da znak "V" javnost smatra dobrodošlim simbolom u koji će koncentrirati svoju želju da pobijedi nacizam (Yass, 1983: 46). Kampanju su, kako se čini, započela dvojica Belgijanaca koja su radila za BBC. Znajući da večernja prelijetanja britanskih bombardera njihovi sunarodnjaci popraćuju ispisivanjem anagrama RAF na zidovima lokalnih tvornica, savjetovali su im da smanje rizik i tri slova anagrama zamijene slovom V, koje se ispisuje jednim potezom. Uskoro se znak V pojavio diljem okupirane Europe, čak i u onim zemljama u jezicima kojih riječ za slobodu ne počinje slovom V. Ta je poruka imala i auditivnu konotaciju, jer su u Morseovu kodu znak za slovo V tri točkice i povlaka (...-), što ujedno podsjeća na nekoliko prvih taktova Beethovenove Pete simfonije, koje je skladatelj opisao kao "sudbinu koja kuca na vrata" (Rhodes, 1984: 186). Anagram RAF, znak lorenskoga križa (za vrijeme Drugoga svjetskog rata, i kasnije, simbol degolističkog pokreta) ili slovo V, ispisani na zidovima i pločnicima okupiranih gradova, tvrdi Rhodes, ispunjavali su jednu od osnovnih zadaća ratne propagande: obavješćivali su neprijatelja da se nalazi u neprijateljskom okruženju, a istomišljenike da nisu sami (isto: 185).

Isti su znak upotrijebili i Njemci: već su u lipnju 1941. u okupiranim zemljama polijepili plakate na kojima je bilo veliko slovo V s kojega je visila svastika, ispod čega je pisalo: "Viktoria - pobjeda Njemačke koja se bori za novu Europu." Slovo V su ispisivali i na svojim vozilima, a njime su u okupiranome Parizu označili i Eiffelov toranj (isto: 186). U svojem je dnevniku Goebbels zapisao: "Neprijatelj je učinio V (victoire) svojim propagandnim simbolom na okupiranim područjima (...). Sada i mi sami upotrebljavamo taj V i tvrdimo da on znači njemačku pobjedu. I to je to! Mnogo sam razmišljao o ovom problemu, ali nisam mogao ni sanjati da će rješenje biti tako jednostavno" (Goebbels, 1983).

O tome što je taj simbol značio u ratu u Hrvatskoj pisala je Ines Prica (Prica, 1992).

*U vrijeme političkih previranja BBB-ovci su listom stali uz HDZ i dr. Tuđmana. Jesu li i onda bili instrumentalizirani, ja ne znam, no glavni događaj zbio se 13. svibnja (1990, op. R.S.) u susretu protiv 'Crvene zvezde', kad su 'Delije' počele čupati stolce sa sjeverne tribine, a BBB-ovci su krenuli na njih. Mnogi smatraju da s tom akcijom BBB-a počinje Domovinski rat (Zlatko Vitez, u povodu imenovanja počasnim predsjednikom Skupštine NK Croatia, Globus, 19. srpnja 1996: 21).*

Hrvatsku težnju za osamostaljenjem na svoj su način podržali i navijači ostalih hrvatskih nogometnih klubova. Dražen Gudić se 29. veljače 1992. na stranicama *Nedjeljne Dalmacije* prisjetio tih trenutaka:

*Točno prije 17 mjeseci, dan nakon velikog skandala u Poljudu kad su navijači 'Hajduka' prodrli u teren i prekinuli utakmicu s 'Partizanom', na ovim je stupcima doslovce, između ostalog, zapisano: 'Po definiciji radikalna i destruktivna, gomila mladih navijača apsolutno se ne može uživjeti u ulogu pozitivne snage. Ona je osuđena na položaj opozicije, u njenom biću je da ruši, da do kraja iziritira sredinu u kojoj se i sama osjeća iritiranom. Zato je sasvim logično pretpostaviti da bi u Hrvatskoj ligi i samostalnoj hrvatskoj državi kod istih navijača prevladali regionalni, lokalni i kvartovski patriotizmi i još radikalniji politički stavovi. Jer, dosad je raspaljivanje nacionalnih osjećaja bilo strogo branjeno, a tada će biti jako poželjno a time i manje izazovno' (Nedjeljna Dalmacija, 27. veljače 1992: 27).<sup>8</sup>*

<sup>8</sup> "Bad Blue Boysi su, međutim, ubrzo ponovno zauzeli "opozicijsku stranu". Detaljno su je pojasnili u pismu uredništvu Globusa, koje je list objavio u broju od 28. veljače 1992. pod naslovom Tuku nas i Marić i Vrdoljak: "Nogometni su stadioni u doba najteže za Hrvatsku bili mjesta na kojima se na najdemokratskiji, najneposredniji način izražavala pripadnost našem narodu, a kroz navijački pokret na neki način stupalo u njegovu obranu. Htjeli to neki priznati ili ne, sve pozitivne vrijednosti hrvatskog mladalaštva, mogle su se iskazati okupljanjem oko 'Dinamova' imena. 'Dinamo' je bio i ostat će pokret, simbol i želja generacija koje nisu naučile na podilaženja, lopovluk, licemjerstvo i konstantno mijenjanje stavova. Osobito političkih. Bad Blue Boys su kao dio 'Dinamova' pokreta u ne tako davna komunijarska vremena bili šikanirani, batinani, zatvarani zbog svojih ideja i nastupa, poglavito nakon svojih otvorenih sukoba sa srbo-komunističkom 'milicijom', sistemom, navijačima beogradskih i drugih bizantskih klubova (...). Kulminacija te borbe i početak sukoba s protivnikom s druge strane rijeke Drine dogodila se svibnja mjeseca 1990, kada je 'nova, mlada demokracija' tek zahvatila naše krajeve. Na utakmici s beogradskom 'Zvezdom', čiji su navijači bili i neki današnji ljudi iz političkog života Hrvatske, besprizorni i fašistoidni 'Delije' (...) započeli su masakr sredovječnih posjetilaca hrvatskog nogometnog hrama. Tada je u pomoć nezaštićenu dijelu zagrebačke nogometne publike skočila 'asocijalna, anarhična, problematična, alkoholičarska...' skupina navijača pod imenom BBB, razjurila bandu i u neravnopravnom sukobu iznijela teret borbe (tuče) s bizantskim 'milicajcima' na službi u Zagrebu. Taj je susret postao personifikacijom rata koji se vodi protiv Hrvatske. 'Mladi, divlji i neobuzdani' prvi su uzeli oružje u ruke, snašli se kako su znali i mogli, te krenuli u borbu protiv hegemonije (...). Velika većina BBB danas nije među živima, mnogi su trajno osakaćeni, velik broj ostao s trajnim posljedicama. Nekima se ni za grob ne zna, za neke se ne zna gdje su. Oni su branili Hrvatsku ostavivši sve u svojim životima (...). BBB, Bog i konjica / neka živi Dinamo / i Majka Hrvatska! / BBB (s fronte)" (Globus, 28. veljače 1992: 40).

Takvo su ponašanje pripadnika skupina nogometnih navijača Dražen Lalić i Nenad Bulat objasnili kolektivno prihvaćenim vrijednosnim sustavom koji "u mnogim aspektima (nacionalne vrijednosti, antikomunizam, religioznost, maskulinizam) usko korespondira s motivacijama za direktno sudjelovanje u ovom ratu". I dalje: "Tako se i na prvoj liniji fronte, primjerice kod Unešića u Dalmatinskoj zagori, mogu uočiti mladi hrvatski vojnici koji nose navijačke šalove, u ovom slučaju NK Hajduka" (Lalić i Bulat, 1992: 88). Tvrdnju su poslikovali izjavom Robija M., navijača Hajduka koji se prije razgovora s autorima već borio na zapadnoslavonskom, dalmatinskom i banijском ratištu:

*Di god bi doša u neki vod aktivne Garde, gotovo da ne bi bilo čovika koji me ne bi pita jesan li iša na utakmice. Jer, velika većina je bila u 'Torcidi' ili 'Bad Blue Boys'-ima. Dobro znamo da su Srbi u Slavoniji naoružani od Arkana (Željko Ražnjatović Arkan, komandant jedinica srpskih dobrovoljaca u Slavoniji, op.a.) koji je inače vođa 'Delija' i da su na toj strani 'Delije' i 'Grobari'. U ovom ratu je skoro isto ko i na stadionima ranije, samo su nam sad dali oružje. Ovaj rat je rat navijača (isto).*

Vera Horvat-Pintarić, povjesničarka umjetnosti, za list *Globus* je u prosincu 1991. napisala članak *Krvavi koncert na hrvatskim bojištima*. Izvijestila je o razgovoru sa slavnim talijanskim kolegom Umbertom Ecom koji se, kako je navela, posebno zanimao za njezinu tvrdnju da "mladi ljudi koji su se angažirali u obrani Hrvatske ne pjevaju domoljubne pjesme nego *Brothers in Arms* i da po svom ponašanju i po znakovima koji nose jasno pokazuju utjecaj rock kulture". Ecu, a zatim i u razgovoru za list *L'Espresso*, Vera Horvat-Pintarić je pobrojila ključne ikonografske detalje koji su, prema njezinu mišljenju, kazivali o identitetu mladih branitelja Hrvatske i upućivali na "otklon od stila i ukusa Hadezea": crnu vrpcu na čelu, naušnicu, rokerske ili pankerske frizure, traperice, tenisice, *Ray Ban* naočale, križ na lančiću i majice s otisnutim krilaticama na engleskom jeziku. Neke je od njih povezala s utjecajem satelitskog MTV-programa, američkih filmova (poput *Ramba* i *Lovca na jelene*) i stripova. Od novinara Tihomira Ladišića je doznala da se gardisti, mladi borci "inteligentnih urbanih lica", opskrbljuju na svoj trošak u "Nato-shopovima" ili preko oglasa u *Večernjem listu*,<sup>9</sup> jer "nitko od njih ne bi obukao istočnonjemačke zimske

Tjedan dana kasnije isti je časopis objavio razgovor s grupom vodećih ljudi Fan Cluba Bad Blue Boysa: "Pokazali su da nas više ne trebaju, a nakon početka rata mi nismo trebali njih jer smo bili u prvim redovima Hrvatske vojske. Za nas je rat ionako počeo tučnjavom sa starom murijom, ali i u siječnju prošle godine mi smo bili u prvim redovima, vojna je tajna kako. Suradnje s ovim klubom nema. 'Dinamo' je u našim srcima, a njega više nema (...). Veća se bura digla oko našeg skandiranja protiv Tuđmana i Vlade, protiv te vlade koju smo mi doveli tu gdje je sada, kojoj smo mi prvi vršili izbornu propagandu, čije smo transparente nosili i slogane izvikivali (...). Mnogi od nas bili su članovi HDZ-a još u doba komunizma. HDZ se prvi pojavio i bio je in. Cijela naša ekipa ućlanila se u tu stranku" (*Globus*, 6. ožujka 1992: 27).

<sup>9</sup> Poduzeće *Feniks* je, primjerice, objavilo oglas ovakva sadržaja: "Balistički zaštitni prsluk je izrađen po najvišim svjetskim standardima i propisima a u skladu sa zahtjevima koje su postavile policijske i vojne službe. Nude efikasnu zaštitu protiv streljiva iz: 357 MAGNUM,

jakne kojima ih sada opskrbljuje država", a niti upotrebljavao ruske *kalašnjikove* (Horvat-Pintarić, 1991, 59 i 61).

Kada je pisao predgovor katalogu izložbe fotografija Arifa Ključanina *Ratni grafiti: Hrvatska 91/92*, poput Vere Horvat-Pintarić je razmišljao i Zvonko Maković, ipak, dodavši da je riječ o medijskoj slici:

*Još tijekom ljeta i rane jeseni 1991. u vrijeme kada se rat u Hrvatskoj tek razbuktao, stvoren je u medijima tip hrvatskog vojnika. Lijep, dobro građen momak, maštovite frizure, s rinčicom u jednom uhu, te brojnim dodacima svojoj moderno dizajniranoj uniformi – od crne trake na čelu, preko bedževa, neizbježne krunice oko vrata, do uskih kožnih ovoja oko zgloba ruke... Jednom riječju, hrvatski je vojnik imao image suvremenoga junaka iz popularnih filmskih bajki. Rock i pop glazba bili su neizbježna pratnja ovako stvorenoj slici vojnika. Vojnika, međutim, koji ne služi svoj obvezatni vojni rok, već ratuje u divljem i do tada nepoznatom ratu. Izuzetna fotogeničnost i krajnje suvremen image ovih, po pravilu vedrih, momaka dolazili su još više do izražaja kada su hrvatskim vojnicima suprotstavljeni neprijateljski – od pripadnika JNA, do različitih divljih skupina Srbijanaca i Crnogoraca. Zaista, bilo je tako malo zajedničkoga među sukobljenim stranama (...) (Maković, 1992).*

One koji su prvi krenuli u rat, koji su i sami sebe rado nazivali *Hrvatskim ratnim romantičarima*, ratnicima iz prve, *romantične faze* rata u Hrvatskoj, jednako su djelili i autori filma *Sinovi oluja* (1996): "Iako je hrvatska država od bivše SFRJ naslijedila skladišta prepuna uniformi JNA, njeni su se branitelji pri opremanju za bojište u želji za negacijom tog sistema radije odlučili za najraznovrsnije modne improvizacije, što je rezultiralo dotada neviđenim šarenilom na bojištu." To bi se, tvrdi se dalje, moglo tumačiti i banalnim razlozima kao što je razaznavanje suboraca od neprijatelja, no hrvatski vojnici nisu htjeli prihvatiti ni donje rublje JNA, a najtraženiji je artikl bila maskirna uniforma, kojoj je nepostojanje u vojnoj opremi JNA bilo najboljom preporukom (IEF, video: 415). Također, imidž hrvatskoga vojnika na samom početku rata bio je, ustvrdili su i autori *Sinova oluja*, rezultat stihijskih zbivanja u koja je prve hrvatske dobrovoljce uvukla želja da ustanu u obranu domovine. No, "krajem 1991. i početkom 1992. godine dolazi do formiranja profesionalnih brigada i jedinica specijalne policije", a ono pak dovodi do "promjena u vizualnom identitetu hrvatske vojske" (isto).

---

44 MAGNUM, 9mm MAGNUM, 45 CP MAGNUM, 22 1.f.B, 32 S.&W. special, 6,35 mm, 7,65 mm, 9,00 mm. Svaki prsluk ima ugrađen kevlar balistički uložak i keramički panel, tako da nudi izvrsnu zaštitu s prednje, zadnje, bočne i vratne strane. Veoma je lagan, stilski izrađen tako da se preporučuje, osim u vojne svrhe, i kao zaštita za putovanja u krizna područja. Imamo tri modela: u sivoj, crnoj i maslinastoj boji, u veličinama S, M, L, XL, XXL. Za sve narudžbe i informacije kontaktirajte naš tehnički odjel (...). Plaćanje je devizno ili dinarsko 50% kod potpisivanja ugovora i 50% kod preuzimanja" (*Globus*, rujan 1991).

Također, Međimurska trikotaža Čakovec je, pod nazivom *čeona traka* (artikl broj 14037) proizvela crnu pletenu vrpцу kojom su se mogli "označiti" i ne samo vojnici.

Hrvatske je vojnike u glazbenim spotovima nastalima u vrijeme rata u Hrvatskoj, i u povodu njega, nerijetko označavalo zamućeno i usporeno oko kamere. U koloni, jedan iza drugoga, ili sjedeći na tenkovima i kamionima, oni su tiho i odlučno odlazili obavljati svoju zadaću. Podigli su dva prsta u znak pobjede. Stajali su pognuti u zaklonu načinjenom iz vreća punih pijeska i fiksirali daljinu dalekozorom. Pretrčavali su međuprostore zgrada stišćući čvrsto puške spremni uzvratiti napad. Kamera se uvlačila među njih i, tražeći sudioništvo gledatelja, zagledala im u zatiljak, u ozbiljnu i pozornošću napeta lica, ili se spuštala sve do tvrdih vojničkih čizama koje su u trku mokrim tlom nesmiljeno prskale. To su bili, kao i Britanci kod Fiskea i Hartleya, "naši dečki".<sup>10</sup> Nasmijani, trošili su trenutke budnoga odmora u društvu "braće po oružju" i "običnih građana", držali u naručju malo dijete, grlili ženu ili, baš kao i u miru, razgovarali s djevojkama.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Čitanje televizije Johna Fiskea i Johna Hartleya već je više od dva desetljeća u vrhu popularnosti komunikološke literature. Pored drugih televizijskih slika, autori analiziraju i britansku sliku rata, onu koja se odnosi na "vječne probleme" u Sjevernoj Irskoj. Nastavljaju se na semiološku tradiciju čitanja znaka, pa razlikuju ikoničke (motivirane) znakove od arbitrarnih (nemotiviranih). Ikoničkima nazivaju znakove kod kojih označitelj predočuje pojavnost označenoga, a pojavnost je označitelja to realističnija što on vjernije reproducira iskustvo, kulturno determiniranu intersubjektivnost. Da bismo pročitati takve znakove, nije nam potrebno prisjećanje na konvenciju koju su prihvatili svi koji "upotrebljavaju" isti kod. No, tvrde Fiske i Hartley, što je slabija motivacija ili ikoničnost znaka, to važniju ulogu igra konvencija. Arbitrarni (nemotivirani) su znakovi oni kod kojih vezu između označitelja i označenoga održava konvencija, dogovor o značenju znaka.

Na drugoj označujućoj razini, onoj koja nadilazi značenje specifičnog objekta koji se prikazuje, za Fiskea i Hartleya znakovi djeluju na dva načina: kao *mitotvorci* i kao *konotativni agenti*. Upravo "mitotvorno djelovanje znaka" autori pojašnjavaju primjerom filmskoga priloga koji je pratio novosti o pojačanjima britanskih trupa u Sjevernoj Irskoj. Vizualna je podloga vijesti pokazala britanske vojnike kako patroliraju ulicama Belfasta, brane svoje vrećama pijeska utvrđene položaje i upravljaju helikopterima. No, tvrde autori, to je imalo biti mnogo više od jednostavne informacije o novim događanjima: vojnici prikazani u prilogu bili su ujedno oznakom sasvim određenih kulturnih vrijednosti (koje je i Barthes nazvao mitom). Naime, lik vojnika (znak) koji proviruje iz bunkera pričvršćujući istodobno magazin na svoju pušku aktivira mit pomoću kojega će gledatelj odmah i na sasvim određen način "shvatiti" vojsku (označeno): ona se sastoji od običnih ljudi koji profesionalno obavljaju svoj posao i tehnološki su dobro opremljeni. Vojniku kamera proviruje preko ramena i zajedno s njim promatra neprijateljske položaje, pa dijeli njegovu situaciju i njegovu ulogu kao ulogu *jednog od nas*, koji brani nas i naše.

<sup>11</sup> Najpopularniji je "vojnički spot" interpretirao pjesmu *Brothers in Arms* Dire Straitsa. Nosio je naziv Banijska ratna praskozorja, a snimateljski je trud na zadatku poginulog Gordana Lederera realizirao Dražen Irinčanin.

Slike hrvatskih ratnika pokazivali su i mnogi drugi glazbeni spotovi, primjerice: *Moj Osijek se ne da* (Slavonski Band Aid), *Hrvatine* (Đuka Čaić), *Hrvatine* (Novak & Kopola), *Mi sokolovi što nemamo krila* (Nano Prša), *Korak ide za korakom* (Zlatni dukati), *Čuvaj se, dušo* (Valentina), *Za djecu djece naše djece* (Jasmin Stavros), *We're Gonna Be Free* (Guido Mineo i Josipa Lisac)...



Njihova je slika, doista, nastala prema predlošku slike američkoga vojnika, one koju je proizveo pokušaj "remaskulinizacije" Vijetnamskim ratom kastrirane zemlje. Riječ je, naravno, o kolažu iz kojega, ipak, strši slika Johna Ramba, američkog vijetnamskog veterana, koju Douglas Kellner tumači kao jednostavan iskaz "paranoje bijeloga muškarca koji sam sebe vidi kao žrtvu vanjskih neprijatelja, drugih rasa, vlade, pa i društva u cjelini". No, pored toga, Kellner u Rambu (čitajući ga, kako svoj pristup sam opisuje, kao "ideološki tekst") otkriva tragove militarističke i imperijalističke ideologije Reaganova doba, koja je našla načina da legitimizira i kasnije vojne intervencije u sjeveroistočnoj Aziji, na Srednjemu istoku ili Srednjoj Americi, zadržavši istodobno privilegiju da se predstavi i jakom i nedužnom (Kellner, 1995: 59-60 i 65).<sup>12</sup> U tom cilju, vijetnamskim se veteranima više nije obraćalo kao "ubojicama nedužne djece", nasilnicima koji se nisu u stanju kontrolirati. Sada su postali herojskim kristolikim žrtvama koje su morale ispaštati grijeha nacije (Mithers, 1986: 75). Amerikanci su, kao i Nijemci u Prvome svjetskom ratu, "pretvorili poraz u pobjedu, služeći se priznanjima krivice koja su histerično uzdigli do univerzalnog ljudskog" (Berg, 1986: 138).<sup>13</sup>

Dok je, naime, u prvome iz serije filmova o Rambu (*First Blood*, 1982) Sylvester Stallone tumačio lik veterana/žrtve za čije je mučeništvo odgovorno samo američko društvo, već u drugome filmu (1985) on postaje ratnik nadljudskih sposobnosti. *First Blood II* je samo jedan iz dugačka niza filmova koji svoje junake vraćaju u Vijetnam, a koji je započeo izuzetnim uspjehom filma *Uncommon Valor* (1983) i nastavio se trima filmovima *Missing in Action* (Chuck Norris, 1984-1986), a koji su odreda ponavljali formulu povratka vijetnamskih veterana na nekadašnja ratišta s ciljem oslobađanja u akcijama izgubljenih američkih vojnika "koje su zarobili Vijetnamci i njihovi zli sovjetski saveznici" (Kellner, 1995: 63-64). Svi su ti američki junaci,

<sup>12</sup> Već je Douglas Kellner zapazio naizgledno proturječje između kontrakulturne ikonografije koja je označavala lik američkoga Ramba i ideologije vladajuće Reaganove desnice. Rambo, naime, "ima dugu kosu, vrpcu oko glave, jede samo prirodnu hranu (...), blizak je prirodi i nije nimalo sklon birokraciji, državi i tehnologiji - njegova je pozicija jednaka onoj mnogih koji su 60-ih bili na strani kontrakulture". Zbog toga Kellner u Rambu nalazi "odličan primjer sposobnosti konzervativnih ideologija da u sebe uvuku kontrakulturne trendove, čime neutraliziraju ili čak i izokreću njihove izvorne konotacije opozicijskoga stila i ponašanja" (Kellner, 1995: 65).

<sup>13</sup> Kako su odmicale 80-e, vijetnamski se veteran polagano transformirao od opasnoga utjelovljenja ideološke subverzije u simpatetičan simbol rata koji je uškopio generaciju američkih muškaraca stigmatizirajući ih kao gubitnike. U toj priči, lik koji je bio odgovoran za svu bol veterana bio je onaj koji je bio protiv rata. Istovremeno, pozicija se onih koji nisu 'voljeli naše dečke u Vijetnamu' anatomizirala kao ženska pozicija" (Boose, 1993: 80). Jedan je od takvih ženskih likova bila "Jane Fonda, lik u kojemu su se zgusnule sve konotacije proturatnoga aktivizma i koji je selektivno ponio teret pogrda koje su eskalirale još i onda kada se na rat počelo zaboravljati. Još 1990. godine Jane Fonda je bila objektom nemale negativne pozornosti medija (...). No, kada je (...) ušla u romantičnu vezu s konzervativnim kapitalistom i sportašem Tedom Turnerom, njezin je lik, oslonjen na Turnerovu ruku, počeo signalizirati povratak respektabilnoj ženskosti. Ona, kojoj su godinama dosađivali s različitim vijetnamskim pitanjima, najednom se oslobodila ispitivanja: o njezinim se stajalištima u vezi sa Zaljevskim ratom nikada i nije pitalo" (Boose, 1993: 80).



ovoga puta "dobri i pobjednički", tvrdi Kellner, bili "simboličkim kompenzacijama za poraz, sram i krivnju". Osim toga, komunistički je neprijatelj, oličenje svekolikoga zla, sada, barem na filmskome platnu, "dobio ono što je zaslužio". I u ovome su slučaju mediji i vlast bili suučesnici – mitografi scenarija koji je javnost željela čuti.

*Rambo* je bio jedan od najpopularnijih filmova svojega vremena. Počeo se prikazivati u rekordne 2074 kinodvorane diljem Amerike i u prvih je šest dana zaradio 32,548.262\$, što je 5,500.000\$ više nego što je stajala njegova proizvodnja. Psiholozi su se počeli baviti "ratnom pomamom" kod male djece, a Rambov je lik preplavio američko tržište. Osim toga, *Rambo* je uskoro postao pojmom, sinonimom za snagu, muškost i patriotizam, pa je i Ronald Reagan i ne samo jednom prigodom upotrijebio riječ *ramboing* da bi opisao agresivan odgovor na provokaciju. Filmu se počelo obraćati kao prikazu znakova vremena (isto: 69-71).

No, dok su milijuni gledatelja hrlili pogledati *Ramba*, a trgovci zbrajali milijune dolara koje su zaradili prodajom različitih *Rambo-proizvoda*, vijetnamski su veterani došli pred kinodvorane da bi, protestirajući, svjedočili jednu drugu sliku rata, onu koja s *Rambom*, kako su tvrdili, nije imala baš nikakve veze. To što su se srednjoškolci kitili *ramboovskom* ikonografijom ("Baš je fora divlje se odijevati, a ne upadati u frku"), njima se nije činilo bezopasnim: "Mnoga su naša braća završila u grobu jer su mislila da se ratovi vode onako kako to radi John Wayne u svojim filmovima" (Elshtain, 1987: 197). Ni njihova nova američka svakodnevnica nije, govorili su, sličila onoj koju su živjeli Rambo ili Crockett i Magnum, čekajući da svoje vijetnamsko iskustvo ponovo stave u službu američke vlade. Američki su veterani Vijetnamskoga rata, umjesto toga, glasno zahtijevali da se poboljšaju za njih predviđena medicinska pomoć i obrazovanje, ukazivali na i dalje rastuću nezaposlenost i sve veći broj samoubojstava,<sup>14</sup> tražili akciju protiv onih koji su proizveli i primijenili *Agent Orange*... Ipak, one veterane koji su se okupili pred bostonskom dvoranom, u kojoj se imala održati premijera filma, napala je "horda nasilnih tinejdžera". Vikali su im neka idu kući, jer samo je Sylvester Stallone "pravi veteran" (Boose, 1993: 81).

\* \* \*

O suglasju slika hrvatskog medijskog ratnika i američkog ratnopropagandnog ratnika svjedoči i naslovnica američkog vojnog časopisa *Soldier of Fortune* (čija je naklada u to vrijeme bila više od pola milijuna primjeraka), sa samoga početka ratnih sukoba u Hrvatskoj, na kojoj su se srazile fotografije vojnika "dviju strana", hrvatskog i srpskog. Odjeća je srpskoga vojnika neizglachana, nečista i "stilski neujednačena". U njegovom je smijehu široko rastvorenih krezubih usta "isključena svaka duhovitost", jer u rukama drži mitraljez s kojeg visi redenik, a još dva redenika ovješena o rame upućuju na izvjesne posljedice njegova ludila. Njemu nasuprot, Hrvat je ozbiljna lica. U rukama drži modernu automatsku pušku, rukavi njegove

---

<sup>14</sup>S druge strane, još u vrijeme predsjedničke kampanje 1980. godine, Reagan je, govoreći okupljenim članovima jedne od veteranskih udruga, ustvrdio da u Americi više neće biti Vijetnamskoga sindroma, jer "smo shvatili da je naš cilj, uistinu, bio plemenit" (Berg i Rowe, 1986: 10).

maskirne uniforme su zavrnuti i otkrivaju snažno mišićje podlaktice, navukao je crne kožne rukavice, nosi *Ray Ban* naočale i crnu beretku. Predstavnik je organizirane i dobro opremljene vojske.

Ovakav je, međutim, pripadao drugome medijskom "tipu" hrvatskoga ratnika, onome koji je, kako se to reklo u *Sinovima oluja*, bio rezultat promjena u vizualnom identitetu Hrvatske vojske. Bilo bi teško, pa vjerojatno i prejednostavno, pomisliti da su i on i "tip" koji mu je prethodio bili rezultatom "još jedne" odozgo navođene medijske cenzure.<sup>15</sup> Ako je, naime, doista točna tvrdnja Davida Morrisona i Howarda Tumbera da ratni izvijestitelji, koji s vojnicima dijele sve opasnosti bojišta, nerijetko izvješćuju "kao sudionici, radije nego kao promatrači", i ako stoji i Hallinovo zapažanje da ratna situacija u medijske izvještaje unosi drugačiji model novinarstva (koji ponekad nadvladava onoga koji se temelji na principima uravnoteženosti i "objektivnosti", a ponekad supostoji s njime), model "u kojemu se od novinara ne očekuje da stoji postrani kao promatrač, nego da aktivno sudjeluje u ponovnom uspostavljanju konsensusnih obrazaca" (Hallin, 1998: 220), onda se čini primjerenijim u slici hrvatskoga ratnika, kakvu su ponudili hrvatski mediji, prepoznati novinarski odabir koji se vodio, s jedne strane, načelom "zanimljivosti", a s druge *insajderskom* željom novinara da hrvatski ratnik bude nalik onima koji ratuju u snažnim vojskama Zapada, pa da takav, njima nalik, ponese i njihovo umijeće ratovanja, te da, poput njih, pa i poput njihovih filmskih slika, bude nepobjediv. Takva se slika zatim sretno poklopila ne bezuvjetno sa "stilom i ukusom Hadeze" (tu je Vera Horvat-Pintarić pogriješila) nego s političkim ciljevima onih koji su vladali Hrvatskom i kojima su od stila i ukusa bile mnogo važnije "tuzemna motivacija" i "inozemna interpretacija".

U svakom slučaju, bez pomoći medija hrvatski se vojnik ne bi mogao uzdići do *tipa*, do *zbirne imenice*. Mediji nisu nudili samo sliku nego i tumačenje, prikazujući razloge za optimizam i obvezujući vojnike da i svojim primjerom slijede model.

<sup>15</sup>Knjizi Marka Thompsona *Kovanje rata. Mediji u Srbiji, Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini*, koja se u nas tiskala 1995. godine, pokrovitelji su bili *The International Centre Against Censorship* i *Institute for War & Peace Reporting*, organizacije koje svoju zadaću vide u "identifikaciji cenzure i suprotstavljanju cenzuri širom svijeta", te obrani "osnovnog prava slobode izražavanja kada je ono ugroženo". U zaključcima koji se odnose na Hrvatsku stoji među ostalim: "Vlast je i prije otvorenih vojnih prijetnji Hrvatskoj pokazivala autoritarno neprijateljstvo prema neovisnim medijima. (Prijetnje su postale jasne tek u siječnju 1991)". Situacija se, tvrdi Thompson, samo pogoršala početkom rata: "Rat je vlasti omogućio čvršću kontrolu nad informacijama i medijima. On je stvorio stanja povišene emocionalne napetosti u kojima je bilo lakše promicati propagandu, dezinformacije i laži, a teže razlikovati laž od istine i komentar od činjenica. Rat je vlasti poslužio kao izgovor za uvođenje predsjedničkih uredbi i starih federalnih zakonskih odredbi protiv medija, sve u ime nacionalne sigurnosti. (Te uredbe su mogle biti predmet zloraba, što se pokazalo i u praksi: dosta je spomenuti poznatu zabranu *ST-a* zbog toga što je mjesec i pol dana nakon pada Vukovara objavio razgovor između Tuđmana i Jastreba.) Rat je stvorio uvjete u kojima je vlast prisiljavala novinare da 'u ime naroda' sami sebe cenzuriraju, iako to nije koristilo narodu nego vlasti" (Thompson, 1995: 182). Riječ je dakle o težnji za ispunjenjem istoga onoga cilja koji je blokirao i britanske medije u vrijeme rata na Falklandima (*Glasgow Media Group*, 1995: 82).

Takav, hrvatski vojnik nije bio, parafrizirajući tvrdnju zapovjednika izraelske vojske koju u svojoj knjizi citiraju Mercer, Mungham i Williams, samo "najbolja propaganda koju je Hrvatska imala",<sup>16</sup> ne samo junak-vitez, hrabar i opremljen, vođen vrijednostima i načelima zbiljskoga ratnika, kojim se moglo ponositi i čijoj se zaštiti moglo povjeriti, nego i – a to nije bilo nimalo manje važno – potpuno drugačiji od onoga s kojim se sukobio i kojega će pobijediti.

Takva je slika hrvatskoga vojnika ušla i u *fiction* i *faction* knjige na temu rata u Hrvatskoj:

*Razgovor teče (...). Neki od njih rodом su iz (...) 'Rambo' je iz Širokog Brijega. Razgovaramo i o snalaženju oružjem (...). Pogled tamnih Rambovih očiju ne ostavlja mjesta nevjerici. Malo govori, ali znam da je već mnogo bojišnica iza njega. Šutnja i pogled su katkada rječitiji od samih riječi (...).*

*Neki imaju oko čela vezane rupce ili crne trake. Na njima je hrvatski grb. Od platna je, jer metal može blistati na suncu i privući pozornost neprijatelja. To je staro pravilo koje se prenosi usmenom predajom" (Mučalo, 1993: 47, 85).*

*Konačno, odlazim u posjet i trećoj vojsci na ovome malom prostoru. Zgrada MUP-a Hrvatske vrvi od ljudi. Obilježja su različita. Vrpce oko glave, značke, kosa ošišana na pruge, rambo-izgled... (Erceg, 1995: 73).*

*Naravno da sam i svog prvog specijalca srela ispred trafike. Kupovao je cigarete i novine, a ja sam stajala iza njega i zadivljeno blenula. Za početak, bio je kao od brijega odvaljen. Ošišan kao američki marinac, odjeven u maskirnu uniformu, izgancanih čizama, na moje veliko zadovoljstvo apsolutno ničim nije nalikovao na vojnike JNA koji bi, u onim svojim staromodnim uniformama, ma koliko uredni bili, uvijek izgledali kao da su obukli odjeću starijeg brata. Za pojasom je imao nekakvo čudo od pištolja, a oko noge su mu bile svezane korice s velikim nožem na čijem je dršku bio mali kompas. Pucala sam od ponosa gledajući ga kako odlazi i bila sigurna da nam, ako imamo još puno takvih, nitko ništa ne može (Mirković, 1997: 54).*

*Damira Atilu, mladog Bad Blue Boysa iz Zagreba upoznao sam više godina prije rata (...). Izrastao je do visine od oko sto i devedeset centimetara i težine oko devedeset kilograma. Osim čvrstih kostiju i plave kose, sve ostalo bili su mišići. Sličio je onom ruskom boksaču u jednom od Stalloneovih Rockya. Njegov otegnuti, pomalo fuflavi govor, purgerštinom, uz istovremeno vječito šmrcanje, ostav-*

---

<sup>16</sup>Riječ je o prilogu Geoffa Munghama gdje se analizira izraelski sustav ratne cenzure i gdje se, kao i u radu Morrisona i Tumbera, tvrdi da su novinari bili spremniji prihvatiti "uvjeravanja" onih koje su smatrali "pravim borcima". Zbog toga je, držali su Izraelci, novinarima trebalo omogućiti pristup jedinicama na prvoj crti bojišta, jer: "Izraelski je vojnik najbolja propaganda koju imamo" (Mercer, Mungham i Williams, 1987: 281-282).

*ljali su dojam zbunjenog dečka. No, neka druga obilježja su izazivala veću pozornost. Na primjer, njegova 'frizura' (...).*

*Osim frizurom, hrvatski su vojnici već od početka rata nastojali izgledom, odijevanjem, i ponašanjem biti što sličniji NATO vojnicima. Uz vatreno oružje uglavnom JNA podrijetla (iz osvojenih skladišta u Hrvatskoj) i nešto stranog, i noževi su nas razlikovali od četnika. Četnici su uglavnom nosili četničke kame, mesarske nožine, što dulje to bolje. Takvi noževi i nisu mogli služiti za ništa osim za življavanje i klanje zarobljenih Hrvata. Mi smo, za razliku od četnika, voljeli snažne čelične noževe, najčešće ronilačke ili tipa survival (popularni nož iz Rambo filмова, sa šupljom drškom u koji stane neka potrebna sitnica) ili Bowi knife (...).*

*Helikopter je stao nad nama. Ne znam koliko je bio visoko i kakav je bio jer sam ležao na trbuhu. Čuo se onaj zujavi, visoki zvuk rada turbina. Podsjećalo je to na scene iz američkih filmova o ratu u Vijetnamu (...).*

*O pod su udarale vruće čahure, mesingana hrpica se povećavala, okrugle valjko-like komorice kotrljale su se tavanom. Sipa je pucao poput Ramba" (Biloglav, 1997: 41-42, 130-131 i 184).*

*Nadomak Dragotinaca smo. Još pet, šest minuta pješčenja. Zasjeli smo na travu, znojni od trčanja. 'Eno Rambo!' Odozgo, s brdašca, puteljkom, trčecim korakom nailazio je krupni mladić. Traka oko glave, tragovi blata po licu, automatska puška u ruci... Rambo. U prvi mah nam je zastao dah, a onda smo u Rambu prepoznali jednog od onih mladića koji su išli s nama, a koji se bio na trenutak odvojio od nas (...).*

*Naletjesmo na dva automobila: jedna kola bijahu osobna te jedan kombi kojemu je mašina još glogotala. Vrata su im bila širom otvorena. Pored njih čučao je mladić u sivomaslinastom kombinezonu. Na glavi mu je bila kapa s odrezanim vrhom, te mu je služila samo kao suncobran za oči, tjeme mu je bilo otkriveno i izloženo suncu i ostalim 'elementarnim' nepogodama kojih baš tada nije nedostajalo. Iz usta mu je virilo neko drvo čiji je vrh držao u zubima grizući ga. Još jedan ramboid, pomislih, koji se, kao, zabavlja pucajući. No, nije bio naoružan i odmah smo doznali da je novinar (Krstulović, 1997: 43 i 79).*

U razgovoru s Umbertom Ecom Vera Horvat-Pintarić je hrvatske ratnike opisala kao mladiće "inteligentnih urbanih lica" (Horvat-Pintarić, 1991: 59). No, čak i onaj koji operira s "parcijalnim istinama" u toj će tvrdnji povjesničarke umjetnosti prepoznati neprihvatljivo visoku dozu "impresionizma", pa možda i isključivost koja protivnika prepoznaje po njegovu "glupom ruralnom licu". Ipak, i to je Eco bio u prilici saznati, mnogi su hrvatski vojnici doista bili vrlo mladi i mnogi su, također, odrasli u gradovima čitajući stripove, gledajući satelitski televizijski program i prateći modne trendove. Na bojište su otišli onakvi kakvima ih je zatekao rat.

*Prvih mjeseci ratovanja, frizure su bile identifikacijski znak mnogih postrojbi. Bile su to uglavnom frizure američkih marinaca. Veći dio glave bio je izbrijan, a ostali ošišan do jednog centimetra. Neki su glave brijali do kože. Drugi su pak radili tzv. cherokee, pankersku frizuru, gdje se od čela do potiljka ostavi traka kose širine pet-šest centimetara, a sve ostalo se obrije. Zatim smo ubijavali različite simbole. Najpoznatije su bile zebre, po uzoru na istoimenu postrojbu Si-niše Dvorskog. Oznaku zebre na obrijanoj glavi davale bi tri paralelne linije iznad ušiju, koje su počinjale kod sljepoočnice i bile duge desetak centimetara.*

*Osim zebre bile su poznate i munje, križić-kružić i slično (...).*

*Jednog dana, u vrijeme postrojavanja za ručak, pronio se glas da je došao on. Neki su govorili da je on zapovjednik brigade, neki da je samo zapovjednik bataljuna, neki da je u rangu Merčepa i sl. (...). Ličio je na političkog komesara iz partizanskih filmova. Sve je bilo gotovo za manje od tri minute i tad je otišao do druge čete da ponovi rafal. Prije odlaska se zaprijetio: ako kome nađe naušnicu u uhu, osobno će mu otkinuti naušnicu i uho, kao što je već i više puta učinio.*

*Ostali smo zbunjeni kad je otišao. Nismo znali zbog čega tako više na nas, kao da nismo došli dobrovoljno. Nije nam bilo jasno ni ono o naušnicama, ionako je nitko od nas nije nosio. Nekoliko mjeseci kasnije, većina visokih časnika brigade, uključujući našeg zapovjednika, probušila je uši i stavila naušnice. Možda baš Abaku usprkos" (Biloglav, 1997: 41-42 i 36-37).*

*Geronimo je bio najbolji izviđač cijele bojne. Mršav i vižljast, duge crne kose vezane sivomaslinastom trakom napravljenom od vojničke trokutaste marame podsjećao je onako ispijen i mučaljiv, na kakva Indijanca iz sjevernoameričke divljine. Zbog nevjerojatne strasti prema čitanju stripova dobio je nadimak Geronimo. Bio je sramežljiv i povučen preko svake mjere. Nije imao ni prijatelja ni djevojke. Nije ni pio ni pušio (...).*

*'Prema tome imate pravo mirno sanjariti, čitati stripove Poručnika Blueberryja, Hogara ili Asterixa, kako tko već voli', nabrajao je Keko (...).*

*Vilma desnom rukom pomiluje rezervne okvire koji su mu bili zdesna na velikom plosnatom kamenu. To ga je čekanje nerviralo. Sjetio se svih onih westerna koje je gledao dok je bio mlađi. Svi ti sukobi s Indijancima, sve te prerije i kanjoni kojima se opijao u filmovima svoga dječastva. Sjetio se filmova Točno u podne, Moja draga Klementina, Rio Grande (...). Instiktivno je uvukao ramena i podigao tijelo svoje automatske puške G3 bliže obrazu. Ugledao ih je (...). Podigao je pušku i nanišanio (...).*

*'E, nećete, majci, raditi dolje što vas je volja!' zaurao je Vilma dok mu se snažna glasina miješala s praskanjem rafalne paljbe staroga protuavionca (...). 'Plešite, majmun! Plešite, Vilma svira! Hopla! Hop! Hop! Vilma punker! Ha, ha, ha... Ramones i Sex Pistols uživo na Velebitu, samo za vas... ha, ha!'" (Petrić, 1997: 49, 77, 86 i 104).*

*Mladi su bili kao on. Palili se na rock-klasiku. Led Zeppelin i Springsteena, ništa techno, elektronika i postmoderna ekstazi-paljenja. Otkrivali jedan drugom nove bendove, omotavali crne vrpce oko čela da izgledaju kao ninje, fotografirali se s mrežastim prslucima kao Rambo, nosili kalašnjikov s cijevi nadolje poput Palestinaca. Svi su imali staž kao navijači sa sjeverne okuke stadiona. Krešo je znao neke od njih s putovanja na gostujuće utakmice u Torino, Marseille ili Beograd, ili s bakljada uoči utakmice. Prepoznavao ih je po sitnim detaljima: privjescima za ključeve obješenima o bok, ili navijačkim šalovima ispod maskirne vjetrovke. To je bila ekipa čije su slike iz novina izrezivali socijalni analitičari i pisali eseje o ratu ropera iz grada protiv Srba seljaka. Znao je da će ih još desetljećima – ako prežive – vidati na Rivi ili po kafićima u trendu u središtu grada (Pavičić, 1997: 64).*

*Tek sam tada primijetila koliko su mladi: svi su bili luckasto ošišani, ili vrlo kratko s kojekakvim simbolima izbrijanima na tjemenu ili kao Irokezi; neki su crne vrpce svezali oko glave, a neki ih omotali oko ručnih zglobova; većina je imala krunice oko vrata, a svaki je opet imao nekakav detalj na uniformi koji ga je razlikovao od ostalih... Mladi, lijepi i nasmijani. Kao da su na izletu, na ekskurziji, kao da ne idu u rat, kao da ne idu ginuti... (Mirković, 1997: 95).*

Spot pjesme *Hrvatska mora pobijediti Psihomodo popa*, jedan od onih koji za trajanja rata "nisu silazili" s televizijskih ekrana, zaključivala je poruka da "i punkeri brane Hrvatsku". U vrijeme najžešćih ratnih sukoba na osječkom je bojištu poginuo Ivica Čuljak, znan kao Satan Panonski, mladić koji je izjavljivao da je panker po nacionalnosti i koji je na koncertnim podijima nastupao odjeven u maskirnu uniformu hrvatske vojske. Također, *Gardijada* je zapimala i pankerske glazbene želje koje je, kao i ostale, pratila poruka naručitelja što je, za trajanja spota, "tekla" gornjim rubom ekrana. Uz *Pretty Vacant Sex Pistolsa* svi koji su bili u prilici pratiti program mogli su pročitati "Pozdrav svim punkerima na bojištu". Na bojištu su (moglo se to vidjeti i u novinskim reportažama) bile vrlo popularne pankerske irokeške frizure.

I Zele je, prije nego što je otišao u rat, bio panker. Kad je počeo rat, imao je nepunih 19 godina, napustio je 4. razred srednje kuharske škole i javio se kao dobrovoljac. Tako mi se i predstavio:

*Ja sam Zele, iz Šibenika sam, dragovoljac 113. brigade od '91, od napada na Šibenik. Proveo sam s manjim prekidima oko tri godine na raznim bojištima od šibenskog zaleđa, dakle Velika Glava, Dubravice i skradinsko zaleđe uglavnom, jel', do južnog bojišta..., to nećemo baš specificirati gdje i kako, pošto službena politika tvrdi da tog nije bilo. Ovaj, bio sam predložen za časničku školu, odustao sam iz osobnih razloga od vojne karijere (...). To je ukratko (IEF, rkp. 1673; audio 3052).*

Za sebe kaže da je bio šibenski *ridikul*. Školu je nakon rata završio redovno.

*U principu, ja sam si prvu naušnicu u uho stavio, ovaj, na prijedlog starijih kolega iz jedinice (...). Zajedno smo, ovaj, otišli kod našeg jednog zlatara u Šibeniku (...), on nam je dao svima besplatno tu uslugu, jel'. Znači kompletna jedinica si je*



*izbušila uho, jel', od 50 do 18 godina. Ja sam bio najmlađi. To mi je bila prva naušnica" (isto).*

Zelina je prva naušnica, dakle, bila "donacija". I ne samo ona. Jedan je donator znao kakve sunčane naočale nosi pravi hrvatski ratnik i da nije dobro ako se njegov upaljač i olovka sjaje na suncu:

*Mi smo te Rejbanice dobili, ovaj, u donaciji od nekog... Dobili smo ovak, prsluke maskirne, one famozne popularne, jel', i u jednom džepu je bil, ovaj, zapakiran Zipo-upaljač maskirne boje, nekakve korejske olovke maskirne boje, onak' dvije u jednom paku, jel' i Ray Ban naočale. To je bila kao donacija od nekog, jel'. Sad ne znam točno od kog... Onda smo dobili od našeg sugrađanina Entonija Maglice... Čovjek je najveći proizvođač baterijskih lampi... Dobili smo od njega i donaciju, ovaj, baterijskih lampi, jel'. Tak, dosta toga smo dobijali iz tih kojekakvih donacija" (isto).*

Inače:

*Šta se tiče opreme i takvih stvari, dost' oružja i opreme smo nabavljali mi sami, jel'. Recimo ja sam obukao sebe i svog frenda... sa maskirnim uniformama, jel'. Tad nije bilo u zaduženju toga, jednostavno nije bilo, jel' (...). Kupili smo kod jednog privatnika koji je to došvercao na ko zna kakav način, jel'. I po ono, prilično visokim cijenama, ali jednostavno, to je bila roba koja se u to vrijeme prodavala po takvim cijenama, jel' (...). U principu, čovjek je to prodavao u svom butik, jel'. Znači ono, normalna obična odjeća i usput je prodavao i maskirne uniforme, jel'. Tak' da, ovaj... to je vjerojatno bio nekakav šverc iz Italije, ili tak' nešto, jel'... pošto je u to vrijeme bio embargo ovdje na snazi, tak' da se uniforme i slične stvari nisu smjele uvoziti, bar ne legalno..." (isto).*

Dražen je bio bolje sreće:

*Uniformu sam dobio čim su me mobilizirali, moral sam se drugi dan javit u... na Borongaj tu... i tam je zapravo bila njihova, njihova baza i tu su se oni opskrbljivali i od tud su, recimo, kad bi se bilo na terenu negdi tam oko Kupe, ne, u Pokuplju... onda bi nam čak i klop, bi nam sa Borongaja vozili, znaš, jer se nije... ak se moglo, ne?... Ovaj... I tak. Tak da je to bila, ono, baza za opskrbu... A tam je bilo svega, čuj... Na Borongaju je bilo, relativno, u to vrijeme je bilo dobro opskrbljeno (...). Maskirna uniforma (...). Da, da, američka uniforma... Čizme su bile fenomenalne! To mi je uvijek bilo žal kaj sam ih vratio... Na kraju su mi to bile najbolje čizme u životu... Stvarno su dobre bile. Nove, ali, ono, savršene. Isto američke su bile i tak. I mi smo imali zapravo u odnosu kad sam ja, kaj ja znam – gledal sam po terenu kaj drugi nose – bili strašno dobro opskrbljeni. A to vjerojatno, čuj, to ovisi, znaš ono, o nekakvim žnorama nekakvih zapovjednika tvojih, znaš ono... Oni se uvijek svi pobrinu, ono, da neke stvari dobiju (...). To su tak i nosili, ne. I to se, ono, uredno zaduživalo, razduživalo, ko..." (IEF, rkp. 1682; audio 3105).*



No Dražen je, ipak, bio "Jambrek", koji, kako su lik mobiliziranoga nedobrovoljca u nostalgичnome sjećanju za *Globus* 1992. godine opisali "hrvatski ratni romantičari", mladi časnici hrvatske vojske Zdenko Kardum i Saša Krstulović, nije mogao razumjeti da je crna vrpca bila "takav simbol da su neki dečki izgubili živote vraćajući se na bojno polje po nju" (*Globus*, 7. veljače 1992: 2). Nije ni želio biti drugačiji. "Mi smo sad tu nekakva jedinica, nekog đavla delamo tu, ne znamo ni mi kaj... znaš ono, a neki ozbiljni ratnici nismo", rekao mi je.

*A, čuj, valjda, ti znaš ono, tim klincima ti je uvijek bilo nekak u podsvijesti valjda, znaš ono, tip tog zapadnog američkog vojnika koji je, znaš ono, a jebi ga, prisutan ti je svugdje, znaš, u svim tim filmovima koje gledaš ti nametnu, znaš ono, taj nekakav tipizirani, ovaj, izgled američkog vojnika koji je kao nekakav uvijek, ono, manje-više veliki, ono, borac, heroj i pravednik, i svi ti oni nose, ne znam, Ray Ban naočale i, kaj ja znam, valjda su klinci to tak, ono (...), Pa, je, bilo je par mladih koji su došli, ono, s nekakvim, znaš ono, kak se to zove (...) Irokez frizurama i tak, ali... i to je isto jako kratko trajalo... Kužiš, nije bila takva atmosfera (...). Kad te mobiliziraju, pa kaj, ne znaš kam ideš, znaš ono. Sad su ti dečki mislili da idu... ko zna kam idu, ne, ono, znaš ono, nekakav možda pravi rat, pa su otišli frizeru da izgledaju jako opasno, kužiš? Vjerojatno je to bilo, ja pretpostavljam, ne? Nisam ja sad nekog pital zakaj si se ti tak ošišal, ne, kaj me briga, na kraju krajeva, ne. I onda kad su dečki vidli da to zapravo tam niko ne fura i da, ono, zapravo smiješno izgledaju među svima ostalima, onda se to posle, znaš ono, zgubilo. Al' bilo je takvih tipova koji su se pojavili s tim zurkama. Valjda svi oni misle da opasno izgledaju s tim, ne znam, ne znam kaj" (IEF, rkp. 1682; audio 3105).*

*Za traku oko čela nisam siguran, ali ja mislim da je to posljedica Rambo filmova, jel'. Znae da, ovaj, da Rambo u svakom filmu sebi čvrsto veže traku oko čela, jel' (...). U principu imalo bi funkciju ja mislim i više da je, ovaj, da je bila u pitanju nekakva marama maskirna il' tako nešto, jel'. Pošto, ovaj... recimo, ja sam ipak si napravio tu znojnicu, ali čisto drukčiju. U principu sam si odrezao rukave sa premale majice, maskirne, i, ovaj, i navukao ih jednostavno: jedan oko vrata, da mi skuplja znoj oko vrata i da mi bubice ne padaju za vrat, a drugi sam si stavio ovak ko ovaj, ko malu kapu na glavu i prek toga šljem, da mi ne struže šljem po glavi, ... sa ovim svojim nekakvim oštrijim djelovima... Ja sam više bio funkcionista (...). U principu, to su si mogli priuštiti ljudi koji su se sprešetavali po gradu, al' na terenu vam nije nimalo praktično čak ni potfrknut rukave na ovaj, na uniformi, a kamoli ić bez rukava okolo (...), jer ovaj, prvo, pravi prilično problema sa kamuflažom, pošto je ljudska koža reflektirajuća površina, a s druge strane, te kojekakve bube, grane, kamenčići... i tako dalje, jel', sve to skup nije baš pretjerano, ovaj, zgodno, ovak i, ovaj, i ugodno za kožu (...).*

*U principu, primjera je bilo raznih, ono, od dugih kosa, ne znam, preko, ovaj, kojekakvih irokeza, jel', znači, ovaj, frizure pankerske tipične, jel', pa, ne znam, na kraju marinac frizure, koje su bile najpopularnije... znači, ono, gore je skoro ćelavo, sastrane je ćelavo, jel'. Ovaj, s jedne strane praktični razlozi, s*

*druge strane naginjanje imidžu tog jednog američkog supervojnika iz filmova, jel'. To je, ovaj, vrlo jednostavna psihološka poruka, znači ono, nastojali smo svi izgledati i ponašati se, ovaj, ko specijalci (smije se). Vi znate vrlo dobro da je, ono, Hrvatska sva, sva prepuna bila specijalaca, tak da je u principu na kraju ono, 20 posto hrvatske vojske nisu bili nekakvi specijalci, mislim, ono, samozvani, jel' (...). U principu, mi ih nismo puno ni gledali, tako da nismo imali problema s njima, jer takve se rijetko viđalo po ratištima, jel'. Tu i tam su znali doć, a onda je bio taj odnos. Znači, ono, nekakvi časnici i dočasnici koji su dolazili iz štaba, iz pozadine i tako dalje, jel', koji su obično tako izgledali najviše, su u principu gledani na terenu kao nekakva vrsta nižega soja, jel' (...).*

*Znate šta, jako puno tih ljudi koji su snimani kak pretrčavaju i kak se nešta nalukavaju prek nekakvih optika skupih, i... i automata, to je, toga je jako puno slikano van dometa, jel', znači daleko od ratišta. Jer, ovaj, novinari baš isto nisu bili skloni zavlačenju po kojekakvim blatnim rupama na prvoj liniji, i tako dalje, jel'. A, mi nismo zgledali tak lijepo i ispeglano da bi nas se moglo prikazivat na televiziji kao, kao hrvatsku uzdanicu, jel' (smije se) (...).*

*Pa, to je činjenica, u principu, da ovaj, da su ljudi koji su, ono, u pozadini bili, diktirali ratnu modu u Hrvatskoj, jel'. Tak da je dost ljudi po terenu pokupilo elemente toga svega skupa, jel'. Ovaj, ali, stvar vam je ovakva: nama su konkretno došli jedamput na teren nekakvi (...), jedna, jedna krasna situacija je bila, stvarno. Imali smo, ovaj, jedan dost nezgodan teren gdje je trebalo ić dost duboko po skoro brisanom prostoru do, ovaj, do položaja. Znači, to je bio jedan plato, takozvana Jankova kuća kod Dubravica, jel' (...). Ovaj, i došli su nekakvi dečki iz Njemačke snimat, ovaj, promo, nekakvu ko videoreportažicu za, ovaj, za aktiviranje naših iseljenika da bi nam slali donacije nekakve i takve stvari, jel'. I dečki su, ovaj, očito zalutali tak doboko, ovaj, prema liniji i pitali su nas kao jel' tu sigurno za slikat. Onda smo se mi s njima malo našalili, pa smo ih preveli malo do tog brisanog prostora i onda smo napravili namjerno jedan manji incidentić (smije se) i, ovaj, da im malo zapaprimo, ovaj, cijelu stvar, a i da se zabavimo, jel', pošto je bilo dost zabavno gledat izraze lica na ljudima koji, koji nisu dugo boravili na tim, na ratištima, čist da si razbijemo monotoniju, pošto nije bilo televizije (smije se). Znaš kaj sam, znaš kaj sam dofurao do jednog rova koji je bio prilično isturen prema napred i ovaj, i ono iz čiste zeke sam malo pripucao i onda ovi kad su sprašili prema nazad sa ovim protuavionskim topovima, ovi su se smrzli, jadničci (smije se) (IEF, rkp. 1673; audio 3052).*

*Okolo pola sedam, s Magistrale spušta se kombi vojne policije – slika i prilika prijeke vojne pravde – iz kojega najprije izlazi nekoliko ulaštenih vojnih drotova s rejbanicama, a potom i Gazda, bez žurbe, spor i star, ali dostižan poput nekoga antičkog prokletstva, koje se stubu po stubu primiće okamenjenom zboru deztertera (...).*

*Jedan od mitova popularnih na početku rata, kada je naša jedina prednost pred neprijateljem bila ona uljudbena, bio je i mit o hrvatskom vojniku koji na front ide s walkmanom i Rolling Stonesima. Taj je mit nastao iz straha, razumljivog i opravdanog, da svijet neće primijetiti razliku između njih i nas, razliku na kojoj ćemo, na žalost još dugo, inzistirati kao na osnovi našega nacionalnog identiteta. Mi smo vam, znate, oni s walkmanom... (Cvetnić, 1997: 17 i 24)*

*Dan poslije jednodnevnog rata u Sinju – premda će mnogi možda reći 'rata' – stanje je redovno, poratno: puške o ramenima kršnih Sinjana i svi-smo-jedna-armija (hrvatska, naravno) šetnji gradskim ulicama; gardisti s američkim šljemovima ili crnim trakama oko glave također u šetnji, odnosno hodanju kojemu samo oni znaju razlog (...).*

*'Bio sam jedan dan u Sisku i dođem u jedan kafić, a tamo šminka, šminkeri. Samo šminkaju uniformu i cerekaju se. Na jetru mi se popelo. Mi smo tu, u rovu blatnjavi, vidiš kakvi smo. Sad usporedi nas i one tamo koji nisu ni okusili barut, a mi stalno idemo naprijed, idemo, idemo... Tu se blatimo, kiša, nevrijeme, jelo ajme meni...' 'I dođe mi ženska i kaže: joj, gdje si kupio tu uniformu... (Krstulović, 1997: 94 i 134).<sup>17</sup>*

*Javnost koja misli da zna nešto o borbi – i ovi dečki koji hodaju Zagrebom u paradnim uniformama i misle da su jako lijepi. Oni uopće ne nalikuju na ratnike. Trebali bi pogledati kako izgledaju borci u Vukovaru. Ili gospodin Trnski koji na televiziji paradiru u svojim vojničkim čizmama. On uopće ne nalikuju na vojnika. Mislim, to jako nakaradno izgleda ako gledate s one strane. Jer, ako vi nemate uniformu a borite se, a netko ima uniformu i oružje koje ne upotrebljava, nego ga drži da bi pokazao svijetu kako on ima oružje, kako je on spreman dati nešto za svoju zemlju! Ja mislim da to ne stoji i mislim da svaki čovjek mora imati svoj osobni moral (...).<sup>18</sup>*

*Pa ja mislim da sam vam rekao da ima toliko tih momaka koji nose kalašnjikove, koji imaju prsluke. Znaite, u cijeloj mojoj jedinici koja se zove – nazvat ćemo je Stršljen – da u cijeloj jedinici Stršljen ima samo jedan prsluk. I to ima, budući da je malen, čovjek koji nosi ručni bacač. On izlazi cijelim tijelom pred tenk da ga koliko-toliko zaštititi. To je jedini. A recimo 'hrabri MUP-ovci' sjede u podrumima*

<sup>17</sup> Sličnim je jezikom progovarala jedna od alternativnih oznaka Hrvatske vojske, ona *Šminkera* iz Rijeke. Prikazuje, naime, baš *Ray Ban* naočale: modni detalj koji je prije rata u Hrvatskoj bio nekom vrstom statusnoga simbola boljestojećih mladića i djevojaka koji su držali do modnih trendova, a u ratni kontekst je ušao drugim putem, da bi pripomogao stvaranju lika ratnika, neustrašiva, mišićava i neuništiva, kakav je bio Rambo. Natpis na oznaci, ujedno i naziv postrojbe, vraća nas, međutim, u predratni kontekst, pa je teško oteti se dojamu ironijskoga odmaka u značenjskom kodiranju oznake.

<sup>18</sup> Iz razgovora što ga je Aleksandar Fedorovsky vodio s novinarom *Omladinskog radija 101* u Zagrebu 19. listopada 1991. godine navečer, neposredno nakon dolaska prvog humanitarnog konvoja koji se s ranjenicima probio iz Vukovara.

*pod punom ratnom spremom. Svaki ima i kacigu i zaštitni prsluk i oprtače i nekoliko uniforma koje su uvijek svježije oprane, izglaçane. A kad ih treba, nema ih. Nema ih. Ne možete ih istjerati iz podruma. Vi to možete vjerovati ili ne. Oni se čak ne ljute. Mi ih zovemo 'hrabri MUP-ovci', 'hrabri MUP-ovci ne izlaze iz podruma' – oni se na to ne ljute. Oni vele, mi za osam tisuća nećemo poginuti. To je kao njihov posao. Recimo, to je jedan od morala (...).*

*Najviše ih zanimam ja, tko sam, kako sam se tu našao. Svi su jako začuđeni što sam se došao boriti, a nisam bio u vojsci. 'Svaka vam čast!', rekao mi je svatko u jedinici, a i svi oni drugi s kojima sam se susreo kad bi saznali način na koji sam došao. Bio sam im kao neki moralni podstrek. 'Vi ste došli', odmah bi nastavljali nakon pohvale, 'a drugi su pobjegli.' Mislili su pritom na one koji su se na početku junačili, herojski uzeli puške, pucali dok nisu sve ispucali, a kad je postalo gusto, odmah zbrisali. Takve sam viđao u zagrebačkim kafićima, tko zna odakle su, u krasnim uniformama, nauljenim naoružanjem, okruženi ženskim divljenjem koje ih samo potiče na veća hvalisanja (Fedorovsky, 1992: 9-10 i 21).*

*Pitao sam mnoge, a naravno i samoga sebe, kako je moguće da se odjednom čovjeka stavi u vojničku čizmu i da mu se kaže, idi tamo i pucaj i ubijaj. Naravno da je onome tko je napadnut to lakše, jer branitelj ima uvijek dovoljno motiva za to. Kada sam rekao vojničku čizmu, sjetio sam se da smo mi, zapravo većina, imali patike i da su naši branitelji bili izvan svih do tada poznatih predodžbi o vojniku (Runtić, 1995: 221).*

U studiji naslova *Rat i mladi: prema novoj generacijskoj kulturi*, Dražen Lalić i Nenad Bulat su "ratnu kulturu" vidjeli kao amalgam nekoliko različitih kulturnih obrazaca. Pojašnjujući jedan od njih, obrazac popularne kulture, i oni su istaknuli popularnost maskirne uniforme, *Ray-Ban* naočala, crne vrpce i američke zastave, no, za razliku od Vere Horvat-Pintarić i Zvonka Makovića, ponudili su i druge obrasce: "subkulturni" je za njih bio drugačiji od amerikaniziranog, urbanog i neformalnog "obrasca popularne kulture" (unutar kojega su razumjeli *Ray-Ban* naočale, crni povez oko glave i često isticanje američke zastave),<sup>19</sup> pa su u njega smjestili elemente ikonografije nogometnih navijača, irokeške frizure, rokersku glazbu i uporabu subkulturnog žargona. Vidjeli su i da imidž "mladih u ratu" nije samo preslik zapadnih uzora: pripadali su mu i "nacionalni, državni i religijski simboli" "tradicionalno-nacionalnog kulturnog obrasca" i "šovinističke i (neo)fašističke" grafitske poruke "neotradicionalnog obrasca" (Lalić i Bulat, 1992: 87-89).

Također, već se u Ladišićevim snimkama s banijskoga ratišta – koje je Vera Horvat-Pintarić vidjela prilikom montaže, da bi na temelju njih izgradila svoju sliku hrvatskoga ratnika – na prste jedne ruke mogu izbrojiti traženi detalji: trobojna

---

<sup>19</sup> "Na te i druge načine oblikovan, njihov amerikanizirani, urbani i neformalni *image*, u usporedbi sa šabloniziranim socrealističkim likom pripadnika tzv. JNA i tradicionalno-ruralnim likom srpskih ratnih dobrovoljaca na vizualnom planu, prezentiranom putem TV stanica i specijaliziranih časopisa cijelom svijetu, potkrepljuje dojam o različitosti socio-kulturnih osnova u ratu sukobljenih strana" (Lalić i Bulat, 1992: 89).

vrpca privezana straga i natpis "Evans" ispisan sprijeda na kacigi jednog vojnika, šešir na glavi (na šeširu metalna značka u obliku ptice) i indijska marama oko vrata drugoga i jedan veliki križ zataknut za gornje puce maskirne jakne trećega.

Tri mjeseca pošto je *Globus* objavio reportažu s banijskih ratišta u kojoj Zdenko Kardum i Saša Krstulović žale za prvim danima rata *Nedjeljna Dalmacija* je objavila razgovor sa Željkom Glasnovićem, bivšim ratnikom Legije stranaca, a zatim vojnikom specijalcem na hrvatskim i hercegovačkim bojištima:

*Ljudi ovdje misle da je rat nekakva moda. Ovdje na hrvatskim vojnicima vidim krunice, cvikere, gdje to ima! Što god ti ne treba – ostavi na ratištu, ostavi to za poslije. A istodobno, dvadeset je ispod nule, a oni nose izrezane rukavice. Znaš li ti što je on? On je ratni šminker, ništa drugo! (Nedjeljna Dalmacija, 7. svibnja 1992: 10).*

"Ikonografski dodaci" ni Zeli i njegovim suborcima nisu "činili vojsku". I njima kao da su se činili pomalo nepriličnima:

*Zavisi, evo, mi nismo bili jedna od takvih grupa ljudi, jel'. Bili smo više-manje dobno raštrkana jedinica, koja se bavila više konkretnim problemima ratne svakodnevice, nego nekakvim takvim stvarima. Znači, ono, nismo baš imali vremena za razmišljati o takvim,... ono, da se ne izražavam grubo, jel' (IEF, rkp: 1673; audio: 3052).*

Iako je potvrdio da mnogi nisu htjeli nositi istočnonjemačke uniforme i uniforme JNA "zbog ideoloških razloga", Zele je i o njima razmišljao u opoziciji praktičnog i nepraktičnog:

*Pa ovak, šta se tiče istočnonjemačkih uniformi, ne znam kome je palo na pamet da nabavi tako šta, ovaj, jer dobili smo ih u ljetnim mjesecima. Istočnonjemačka uniforma je namijenjena polarnim uvjetima. Kompletно je sintetička, ima podstavu i između je filana sa nekakvim, sa nekakvim vlaknima, tak da je užasno vruća. Pokazale su se dobro kao, kao podstava za, za malo šire maskirne hlače po zimi. Al', ovaj, isto tako i dost su svjetlucave, znači glatke su..., pa se sjaje i, ovaj, jednostavno to nije imidž kojem smo htjeli nagingat, jel'. Ljudi su prvenstveno zbog tog vizualnog, ovaj, zbog odbojnosti same uniforme odbijali, ovaj, da je navuku na sebe, pošto su, ono, bile tipično komunističke, dakle istočno-blokovske, jel' (isto).*

Draženova je jedinica, zahvaljujući, kako se njemu čini, prije svega snalažljivosti zapovjednika, odjenula novu, američku odjeću i obuću. Ipak, kacige su ranije pripadale Jugoslavenskoj vojsci:

*Normalno, šljem ko šljem. Da, doduše neki su, ono, šarali po tim šljemovima svašta (...) uglavnom, zvijezde su se brisale, ne. Ja sam svoju ostavil (smije se) onak kak je. Čuj, nikad ne znaš kad ti može zatrebati (smije se). Ne, a to se uglavnom nije, ma, dobro, tu i tam se... Ma, te šljemove se okolo, okolo su ih nahitavali, nisu ih puno ni nosili, jer niko ne voli to držat na glavi, te kante" (IEF, rkp: 1682; audio: 3105).*

Da čak ni u ratu nije sve crno ili bijelo, dokazivao mi je i satnik Zlatko Ivković, komentirajući već spomenuti tekst Vere Horvat-Pintarić. Obavijestio me je da se u ratu kalašnjikov (*kalić, srbijanka*) pokazao dobrim i da ga "naši borci cijene", a da su "dečki" nosili traperice i tenisice uglavnom zbog manjka vojne opreme. Štoviše, na samom su početku neki, rekao mi je, u nedostatku boljeg i adekvatnijeg odjevnog predmeta, nosili uniformu JNA pohrvaćenu oznakom prišivenom na rukav (IEF, rkp: 1558).<sup>20</sup>

\* \* \*

Danas je – kada nam je rat u Hrvatskoj još dovoljno blizu da ga se dobro sjećamo, a dovoljno daleko da nam se čini kako o mnogočemu što je s njim u vezi možemo suditi hladne glave – teško predvidjeti koji će od *likova hrvatskoga vojnika* upamtiti povijest. Već i misao u prilog koje sam dosada pisala, da su hrvatski mediji u vrijeme rata iz stvarnosti izdvojili tek onima koji nisu ratovali (bili oni u Zagrebu ili u Europi i Americi) najatraktivniju sliku iz "albuma" hrvatskih ratnika teorijski besramno pobja Baudrillarda, ali, ipak se čini, Baudrillarda koji još nije "bio" u Sarajevu da ustvrdi kako su građani toga grada još "živi", za razliku od "Europljana" (u njegovom ih je članku *Nema odgode za Sarajevo* zastupala Susan Sontag), koji su "mrtvi", jer su zaboravili što je to *realnost* i u čijem svijetu više ne postoji ono što otkrivaju *izvorna* značenja riječi *stvarno*, *istinito* ili *objektivno*.

Ipak, razložno je pomisliti da će vrijeme zaboraviti velik dio obične stvarnosti rata u Hrvatskoj, stvarnosti koju su i dok se događala zakrile ne samo atraktivnije, nego i upotrebljivije slike. Ovome u prilog govore i alternativne oznake hrvatskih vojnih postrojbi, fenomen niti nov niti nepoznat, ali fenomen koji bi mogao i nehtijući stati na stranu medijskome opisu hrvatskoga vojnika.

## ALTERNATIVNE OZNAKE HRVATSKIH VOJNIH POSTROJBI

*L(...) je bio pripadnik 42. divizije ili divizije Duga, što je bilo ime koje je štab divizije na svoju ruku izabrao, jer je ona okupljala jedinice (...), tako da su boje njenih pukova bile raznolike kao boje duge. Ali čim je divizija stigla u (...), ovaj naziv ušao je u svakodnevnu upotrebu: 'Ja sam Duga', odgovarali bi vojnici na pitanje: 'Iz koje si jedinice?'*

Ovaj citat nije odlomak iz neke od knjiga koje pripovijedaju o ratu u Hrvatskoj. Prepisala sam ga iz *Totemizma danas* Clauda Lévi-Straussa, a riječ je o Prvome svjet-

---

<sup>20</sup> Na zasjedanju Sabora Republike Hrvatske 19. rujna 1996. – na kojemu su zastupnici raspravljali o sporazumu o normalizaciji odnosa sa Srbijom – svoje je izlaganje Mladen Jurković, zastupnik i ratni invalid, potkrijepio tvrdnjom da su hrvatski vojnici krenuvši u rat dobro znali kakav je stvaran odnos snaga, a "snage" Republike Hrvatske je opisao kao "ljude u tenisicama, farmericama i s lovačkim puškama". I u njegovome iskazu, dakle, traperice i tenisice nisu figurirale kao modni detalj, nego kao pokazatelj početne neopremljenosti Hrvatske vojske.



skom ratu, vojniku Lintonu i američkoj diviziji koja je "stigla u Francusku". Ralph Linton je bio američki antropolog koji je doktorirao na Harvardu i zatim predavao na sveučilištima Wisconsin, Columbia i Yale. Svoje je ratno iskustvo opisao u studiji naslova *Totemism and the A.E.F.*<sup>21</sup> koju je *American Anthropologist* objavio 1924. godine. Lévi-Straussu se zanimljivim učinilo i Lintonovo pojašnjenje: "U veljači 1918, 42. divizija našla se u blizini 77. divizije, koja je na svojoj opremi imala poseban amblem, Kip slobode. Divizija *Duga* prihvatila je taj običaj, oponašajući svoje susjede, ali i u namjeri da se od njih razlikuje. Negdje u kolovozu ili rujnu, čitava divizija prihvatila je nošenje znaka u obliku duge, usprkos vjerovanju da je obilježavanje posebnim znakom najprije bilo oblik kažnjavanja jedinica koje su pretrpjele poraz u bici. Tako je na završetku rata američki ekspedicijski korpus bio organiziran 'kao niz jasno odvojenih i često međusobno ljubomornih skupina, od kojih se svaka odlikovala posebnim skupom ideja i ponašanja' (...). Autor nabroja: 1. podjela na skupine svjesne svoje individualnosti; 2. označavanje svake skupine imenom neke životinje, predmeta ili prirodne pojave; 3. korištenje tog imena kao oznake jedinice u razgovorima sa strancima; 4. nošenje amblema na oružju i opremi jedinice, ili kao osobnog ukrasa, uz odgovarajući tabu upotrebe amblema u drugim skupinama; 5. poštovanje 'zaštitnika' i njegova znaka; 6. nejasno vjerovanje u njegovu zaštitničku moć i ulogu predznaka" (Lévi-Strauss, 1979: 15). Tome je Linton dodao: "Gotovo da nema istraživača koji bi, kad bi u nekoj neciviliziranoj ljudskoj zajednici naišao na takvo stanje stvari, oklijevao da taj skup vjerovanja i običaja poveže s totemskim kompleksom... Nesumnjivo, sadržaj je ovdje veoma siromašan u usporedbi s visoko razvijenim totemizmom Australijanaca i Melanežana, ali je bogat koliko i totemski kompleksi sjevernoameričkih plemena (...)" (prema Lévi-Strauss, isto: 15-16).

Hrvatski *Tigrovi*, *Vukovi*, *Gromovi*, ali i *Prošvikani* i *Štrumfovi* pristaju, dakle, "kompleksu" vojske i ratovanja kao staklena cipelica Pepeljuginu stopalu.<sup>22</sup> Odgovarali su i identifikacijskom medijskom predlošku:

*Bilo je to vrijeme nastajanja mnogih 'pučkih' naziva kojima bi borci nazivali svoje jedinice (...).*

*Od Trešnjevačke oluje i Žohara do Crnih udovica i Brzih vilenjaka.*

*Riječke, Rapske i Crikveničke pahuljice, Galebovi s Kvarnera, Pantagane, Šišmiši, Šminker, Štrumfovi, Leteći medvjedići, Veprovi, Mungosi, Vidre, Riječke bebe,*

<sup>21</sup> *American Expeditionary Forces.*

<sup>22</sup> Da bi napisao svoju *No Man's Land* Eric Leed, profesor povijesti na jednom sveučilištu u Floridi, pročitao je Arnolda van Gennepa i Victora Turnera. To vjerojatno nije bio najmanji razlog za ovu njegovu tvrdnju: "Kad su muškarci za sobom ostavili međe vlastitoga društva da bi uzeli oružje i podigli ga na druge muškarce, oni su, tradicionalno, dozvali svijet simbola koji bi trebao predstaviti njihovu promijenjenu situaciju. Ili su, kako se o tome obično razmišlja, nadišli uobičajene društvene kategorije, ili su pali iza njih. Sjedinili su se, dakle, s tajnim likovima ili životinjskim kategorijama, postajući nalik bogovima ili zvijerima, kojima su često željeli i sličiti: izgledom ili navikama – perje, vučje krzno, medvjede pandže itd." (Leed, 1979: 13).



Muhe s proširenim venama, Žuti mravi, Istjerivači duhova, Smradeusi, Vukovi, Škarpine, Crne mambe, Udarači, Grdobine, Demoni, Opatijske meduze, Petak 13, Mrkači, Latari, Atomski mravi, Keberi, Bukalete...

*Mnogi su nazivi izravno potjecali iz nekog događaja, bilo u miru ili na bojištu. Mnogi su potjecali iz narječja, npr. Latari ('lata' je naziv za kovinu od koje se proizvode limenke) ili Bukalete (vrčevi za vino).*

*Gotovo su sve manje formacije imale svoja imena. Po tomu su se prepoznavali bez suvišnih objašnjenja. Takva su se imena koristila i u radijskim pozdravima.*

*Mnogi su borci također dobili nadimke, pa je zaista bilo teško otkriti tko se ili što se krije iza pozdrava za Snekija u Crnim Mambama ili Štefa u Trešnjevačkoj oluji.*

*I ta imena govore mnogo o ljudima koji su se za njima skrivali. Tko su to 'vilenjaci' ili što je to 'mamba'? U običnom, civilnom životu mnogi možda nisu niti znali što znače te dvije riječi (...).*

*Upravo ti nadimci govore o podrijetlu ili stupnju obrazovanja ljudi koji su branili Hrvatsku i oružjem, a ne samo srcem.*

*Što vam govori ime Leteći medvjedići?*

*Radilo se o posebno popularnom crtiću za djecu koji je 1990. i 1991. mnoge mališane jednostavno 'prikovao' uz televizore. Naravno, ako su imali struje i ako nije bilo zračnih i općih uzbuna. Među Letećim medvjedićima zasigurno je bilo mnogo očeva koji su se upravo po medvjedićima s čežnjom sjećali svojih sinčića i kćerica.*

*Što su Keberi? I ja sam pogriješila pogađajući o čemu se radi tijekom jedne emisije. To je vrsta kukca, vrlo slična zlataru ili gudelju, kako vam drago. Mali oklopnik, posebice čest u našim južnim krajevima.*

*Girice zasigurno nisu bile iz Zagorja, kao niti Mrkači i Matafuni. Što se dogodilo Balegarima da su uzeli upravo to ime, najbolje oni sami znaju. O podrijetlu Furešta ili Šajeta također nije bilo dvojbi.*

*Divlji prasci iz Brazila jednoga će dana ispričati kako su dobili svoje ime, kao i Duje di baštoni ili Vatrene stihija. Bili su još tu i Žohari, Labudovi, Opatijske kamelije, Turbo smetlari, Babine beštije, Kanibali i Tričetvrtinke. Lovci, Lisice, Gmazovi, Barakude, Inkvizitori, Tvorovi i Goranski demoni. Deve, Klokani, Otrovi, Strijeje, Spajderi, Meduze i Škorpioni. Bijeli lavovi i Plave sove. Brzopleti labradori i Jokeri. Gepardi, Zebre, Fantomi i Lošinjski čeperi. Moruzgve i Hamsteri. I još mnogi, mnogi drugi" (Mučalo, 1993: 135-138).*

Riječ je o fenomenu koji je, kako se čini, preduhitrio izbijanje oružanog sukoba. Na samom početku rata, naime, hrvatski su vojnici na desne rukave svoje odjeće (najčešće ne još uvijek i odore) počeli prišivati oznake drugačije od službenih. Možda je čak i prvu takvu oznaku zamislio u lipnju 1990. Janko Jelčić, kustos Hrvatskog povijesnog muzeja, za vojnike podsusedske jedinice, okupljene u tajnosti. Gotovo

istodobno, u znakovima izrađenima u obliku metalnih značaka ili tehnikom sitotiska na tekstilu ili plastici, kompozicija kojih je izrasla na podlozi hrvatskoga *povijesnog grba*, ili je pak grb sam tek prepisala, poduzetnici su prepoznali mogućnost zarade, pa se nekoliko tipova oznaka našlo na, nerijetko i improviziranim, štandovima koji su ih nudili vojnicima, ali i ostalim građanima, među širokom ponudom drugih memorabilija označenih oznakama iz desetljećima stigmatiziranog repertoara nacionalnog. Jedinice koje su ih prve posvojile postale su primjerom, no tržišna se ponuda ubrzo pokazala nedostatnom, ali i neprimjerenom, jer nije mogla odgovoriti na posebnosti svake pojedine postrojbe: "Pojedine postrojbe željele su se razlikovati, i tako je to krenulo" (IEF rkp. 1558). To je bilo razlogom zbog kojega su se vojnici sami poduhvatili idejnog oblikovanja oznaka.<sup>23</sup> U međuvremenu su alternativne oznake hrvatskih vojnih postrojbi postale i skupim i teško nabavljivim ratnim "suveniriom" na "crnom tržištu".<sup>24</sup>

Jedan od onih koji su izašli u susret želji vojnika da imaju i "vlastite" alternativne oznake ispričao je priču o njihovu nastajanju: "Prvo su dolazili prijatelji, zatim su se borci raspitivali tko im je radio znakove, a uskoro su u malu klobučarsku radnju u Martićevu ulicu ulazili češće ratnici nego civilni kupci (...)". Do svibnja 1993. Mladen Kakša je izradio više od 20 oznaka, a svakoj je posvetio, tako je rekao, i više od mjesec dana: "Započinjalo bi ulaskom u radnju, s ratnicima koji bi razmotavali nestručno izrađene skice. Mladen bi s gostima razgovarao satima (...). Znak koji je pripremao morao je biti upečatljiv, svima razumljiv, a ratnici koji su ga prišivali na nadlakticu morali su osjetiti da je to svetinja koja im daje snagu, čini ih nepobjedivima". Sasvim je sigurno da nisu svi realizatori oznaka intervenirali u predloženi nacrt u jednakoj mjeri. Kakša je, kako se čini, oznakama koje je postvario dodao mnogo vlastite kreativne energije.<sup>25</sup> Sam tvrdi da se "posvetio (...) pretakanju želja svojih naručitelja u suvislo znakovlje koje će uvažavati zanatske zakonitosti". Nastojao je "da se osnovni oblik svakog od njegovih znakova ne ponavlja, da se forma 'štita' svaki put mijenja". Proučavao je "stručnu literaturu: od tradicionalne heraldike, do vizualnog identiteta raznih vojnih postrojbi u svijetu", pa se tako "potrudio pribaviti iz Amerike katalog znakovlja američke vojske. Proučio je svaki postojeći znak

<sup>23</sup> Za televizijsku je emisiju *Sinovi oluja* pukovnik Želimir Pavlina, vojni psiholog, izjavio da je Hrvatska vojska jedan od svjetskih rariteta ako se uzme u obzir koliko je kreativnoga učinjeno u vrlo kratko vrijeme u području vojnog znakovlja.

<sup>24</sup> O tome doznajemo iz razgovora s Mladenom Kakšom, realizatorom i kreatorom nekih oznaka: "Njegovi su amblemi ušli u legendu. Solidno plaćeni 'unproforci' često u njima vide najatraktivniji suvenir koji iz Hrvatske mogu ponijeti kući. Često ulaze razmetljivo u skromnu klobučarsku trgovinu i nude pozamašne iznose za kolekciju znakovlja postrojbi HV-a koje je načinio Kakša. Nemalo se začude Kakšinu odbijanju da im proda te znakove. Neki od njih nastoje ih se domoći nudeći devize. No, ni to ne pomaže. Ti znakovi se ne prodaju niti se poklanjaju. Po dogovoru s naručiteljem, dobivaju ih samo ratnici" (*Globus*, 14. svibnja 1993: 54).

<sup>25</sup> Svakako je veoma zanimljivo iskustvo Zlatka Ivkovića kojemu su se, nakon što je objavljena prva knjiga hrvatskog ratnog znakovlja, javili pojedinci, pripadnici postrojbi čije je znakove potpisao Mladen Kakša, u želji da ospore njegovo autorstvo zapisano u knjizi i "izbore" se za priznavanje vlastitoga.

toga sustava, i nakon mukotrpnog izučavanja bio je razočaran". Iznenadilo ga je, kako kaže, "silno ponavljanje aplikacije istih elemenata u različitim cjelinama, bez ikakvih variranja tih grafizama".

Intervencija realizatora oznake u prvom je redu, dakle, ulazila u prostor forme oznake, a tek zatim, eventualno, i u njezin sadržaj. No i nakon Kakšinih intervencija njegovi su klijenti bili zadovoljni: "Ratnici – naručitelji (su) bili zadivljeni: znakovlje se kroz Kakšinu zanatsku 'alkemiju' pretvaralo u toteme" (*Globus*, 14. svibnja 1993: 53-54). Ta "zadivljenost" nije značila samo zadovoljstvo izgledom oznake, nego i prihvaćanje, posvajanje oznake. Njezin su sadržaj i njezinu formu predložili vojnici, obrtnik koji ju je izradio intervenirao je u taj prijedlog u većoj ili manjoj mjeri, a naručitelji su oznaku, kada je bila dovršena, prihvatili kao nešto svoje, nešto što označuje njih, pripadnike jedne postrojbe.

*Alternativna oznaka naše jedinice su bile one pletene papučice sa hrvatskim grbovima i trobojnicama (...). Nastala je jednostavno u nedostatku, ovaj, u nedostatku novaca za nešto drugo, jel'. Ovaj, nismo se voljeli posebno kititi, ali bili smo na terenu i jednostavno smo prihvatili tu oznaku zato jer jedna starija gospođa, ovaj, mogli bi reć tak da je bila lokalno stanovništvo, predložila nam da nam saplete to, jel', kao suvenirčice, onda smo odlučili to postaviti na manje upadljiv dio uniforme, tak da ono recimo s leđa se možemo prepoznati, jel' (...). Osim oznake brigade koja je došla kasnije, tek 92. smo dobili svi, ovaj, oznaku brigade, znači (...) brigada HV, oznaku, ovaj, prije toga nismo imali nikakve konkretne oznake, jel' (IEF, rkp. 1673; audio 3052).*

*Ha, Bijeli miševi... A, čuj, to ti je bila škvadra koja je... ti protuavionci... to je, kaj ja znam... to su ti bili sve dečki stariji u principu, puno stariji recimo nek kaj je to bio prosjek u neakvoj pješadiji ili ne znam... To su bili dečki ovak tr'i'setpet godina, četrdeset, pa čak i stariji ljudi, kužiš. Ono, to su ti bili sve dečki s neakvim familijama, klicima... ili, ono, znaš, ono, obiteljski ljudi, ne, kojima nije ono nešto naročito stalo do neakvog herojstva i ratovanja, nek su bili, eto tak su bili tam i mislili da je to možda O.K. da su tam, ali, ono... Mislim, nisu shvaćali taj rat tak ozbiljno, ne? I, ovaj, sad kaj, znaš ti kak je... dečki u tim godinama... to ti je... kaj, kaj im je važno: važno im je dobro pojest, dobro popit... i tak. Tak da se, uglavnom se to nazovi ratovanje svodilo na neakve terevenke okolo, znaš... na Staroj karlovačkoj... i znaš ono... Postaviš, ne znam, dežurne oko topova kolko treba već da to funkcionira, a ovi ostali, znaš, se potrpaju u kamione pa traže birtije okolo, ne? Tak ti je to dost dugo vremena trajalo (...). I onda ti se to, eto, kak je to bilo povezano s tim pijančevanjem i, ono, došlo je do Bijelih miševa. I onda su ti mene nažicali, kak je to, ovaj, kao ja se bavim s neakvim, ono, likovnim radom, pa kao da ja smislim neakav, ono... neakav grb tih Bijelih miševa i tak dalje je to došlo. Al' na kraju sam ja to napravil nacrt i sve, međutim nikad nije došlo do, ono, sve je ostalo na ideji jer smo se... to je već bilo pred kraj, pa smo se, ono, raspali... ja sam otišal i tak (...) kužiš, to je bilo, bilo je... znaš da su... svi su imali neakve oznake i sad je to... kaj je to... mi smo sad tu*

*nekakva jedinica, nekog đavla delamo tu, ne znamo ni mi kaj... znaš ono, a neki ozbiljni ratnici nismo, pa je to ispala, ono, nekakva sprdačina (...). To su bila nekakva... Čekaj da se setim kak je to izgledalo... Nekakva tri bijela miša, pošto je to trocijevni top, jel', bio taj, dvadesetmilimetarski protuavionski... i ona dva miša koja su se nekak bila naslonjena na nekakvu bačvu i repovi su im ovak u zrak stajali... To su bili u obliku tih cijevi protuavionskih, ne, i pisalo je, kaj je pisalo (...), PZO i tak dalje... (IEF, rkp. 1682; audio 3105).*

Alternativne oznake hrvatskih vojnih postrojbi oblikom su najčešće nalik štitu, ali su i okrugle, pravokutne ili drugih oblika.<sup>26</sup> Tkane su ili vezene (strojno, iznimno i ručno) na suknu ili pustu, te otisnute sitotiskom na platnu, keperu, svili (često samoljepljivoj svili), skaju ili papiru. Kompozicija je oznaka najčešće simetrična, a sastoji se, u pravilu, od dva ili više znakova ili simbola, službenog naziva ili kratice službenog naziva postrojbe, odnosno alternativnog naziva postrojbe (gotovo jedna trećina oznaka) i, rjeđe, teksta nekoga gesla ili poklika.<sup>27</sup> U manjeg su broja oznaka alternativni naziv postrojbe, geslo ili poklik na stranom jeziku, najčešće engleskom, ali i na talijanskom i latinskom.<sup>28</sup>

Među vizualnim znakovima i simbolima na alternativnim oznakama najčešći su državni simboli: hrvatski grb i zastava. Hrvatski grb, pojedini elementi toga grba ili varijacije motiva šahovnice s hrvatskoga grba označuju više od polovice oznaka. Hrvatska zastava u svojem službenom obliku, ili kao trobojnica bez grba, te boje hrvatske zastave upotrijebljene u bojenju elemenata znaka ili oznake, ili kao periferni, obrubni element oznake, nalaze se na otprilike jednoj trećini oznaka, često zajedno s motivom grba na istoj oznaci. Simboli lokalne i regionalne pripadnosti pojedine postrojbe pojavljuju se na više od 20% oznaka, ponekad zajedno sa simbolima hrvatske države. Bez hrvatskih nacionalnih simbola ili simbola lokalne i regionalne pripadnosti postrojbe je nešto više od 20% oznaka. Motiv pletera, također, ukrašuje i/ili označuje otprilike 20% oznaka.

Brojnošću slijede motivi oružja i vojne opreme: mača ili sablje, puške, dalekometnog oružja, vojnih borbenih, ali i transportnih vozila, vojnih zrakoplova, vojnih plovila, sidara, meta ili mina. Semantička će analiza navedeni rekvizitarij podijeliti u dvije osnovne skupine: jednoj će pripasti mač, sablja i puška, a drugoj ostalo nabrojeno oružje i vojna oprema. Naime, iako puška, za razliku od mača ili sablje, i danas pripada vojničkom naoružanju, ona na alternativnim oznakama Hrvatske vojske (kao i mač i sablja) ima i šire značenje. Dok topovi, višecijevni raketni bacači, pa

<sup>26</sup> Oznake su objavljene u knjigama: *Hrvatsko ratno znakovlje: domovinski rat 1991-1992; Hrvatsko ratno znakovlje, knjiga 2 i Hrvatsko ratno znakovlje, knjiga 3*. Mišljenje je Zlatka Ivkovića, koji ih je prikupio, da alternativne oznake iz prvih dviju knjiga čine 80-85% ukupnog broja oznaka koje su se izradile u vremenu od 1991. do 1994.

<sup>27</sup> Primjerice: *Zovi samo zovi; Kova je naša; Orka Istrijani! Ča ćemo se moviti...; Se prolazi si prolaze, Zagorec pak ne; Uvijek vjerni; Hrvatska opet slobodna; Naprijed naši bombarderi, s vama su Jelini monter; Više biti nego izgledati; Obadva, obadva.*

<sup>28</sup> Primjerice: *Stop the war in Croatia; Cro Army Force; Guns & rollers; Fire Fox; Mens sana in malvasia istriana; Sapientia in Victoriam; Freedom fighters for Croatia; Squadra mobile.*

zatim tenkovi i druga vojna vozila, zrakoplovi, plovila, sidra, dalekozori, mete i mine najčešće oslikovljuju poseban rod vojske kojemu pojedina postrojba pripada, puške, mačevi i sablje (baš kao i bombe, bljeskovi, vatra, munje i strelice) upotrijebljeni su kao vizualni ekvivalent vojske same, odnosno njezine djelatnosti u ratu, ratovanja. Istom značenjskom kodu pripadaju motivi šake, ruke s mačem i oklopljene ruke s mačem, jednako poznati heraldički motivi. Sličnu označujuću ulogu imaju i elementi uniforme, najčešće vojnička kapa ili, u jednom primjeru, vojnička čizma, te uzorak maskirne uniforme, koji su najčešće upotrijebljeni kao označitelji osnovnoga lika ili znaka s oznake. Tomu valja pribrojiti likove orla, jastreba i sokola, koji sjedinjuju značenja kompatibilna s pojmom vojske, što ih je činilo idealnim motivima za označavanje, primjerice, postrojbi protuzračne obrane. No, postrojbu iste namjene u jednom je primjeru označila crna vrana... Neke su se pak druge ptice na alternativnim oznakama našle da bi signalizirale toponime: vrabac zagrebačko Vrapče, Vukovarska golubica Vukovar, galeb u mogućem širem odabiru Crikvenicu... Među motivima ptica valja izdvojiti bijelu golubicu koja je, tada najčešće s maslinovom grancicom u kljunu, i inače čest motiv hrvatske ratne ikonografije.

Dijapazon čitljivosti, jednak ovome, moguće je demonstrirati i na primjeru drugih motiva. Likovi đavla, vještice ili vilenjaka, primjerice, na alternativnim oznakama vjerojatno nose dvojak semantički naboj. Neki od njih vizualiziraju poruku da su pripadnici postrojbe "baš vražji dečki", dok su drugi značenjem bliži mrtvačkoj glavi ili "smrti" na konju i s kosom u ruci, likovima koji su vjerojatno željeli poručiti kako s vlasnicima oznaka koje označuju "nema šale". Lik vještice koja je sa sabljom u ruci zajahala metlu na oznaci ogulinske brigade, međutim, označuje lokalnu pripadnost postrojbe, podsjećajući na priču prema kojoj se na Kleku iznad Ogulina sastaju vještice.

Likovi svetaca s alternativnih oznaka većinom također označuju lokalnu pripadnost postrojbe. S obzirom na to da je riječ o svecima zaštitnicima pojedinih gradova i/ili svecima čija imena nose lokalne crkve, ne djeluje nemogućom pomisao da su im oni koji su osmislili oznaku namijenili i zaštitu postrojbe.

Posebnu skupinu motiva čine likovi iz crtanih filmova i stripova, priča i filmova za djecu: Leteći medvjedići, Štrumfovi, Smile, Eustahije Brzić, miš Jerry, mačak Tom, pas Bull, Cipelići, Garfield, Casper, Snoopy, Charlie Brown, Bob Rock ili Broj Jedan, Gremlini, Indijanci (Sijuksi, Apaši ili samo Indijanci), Kapetan Kuka, Robin Hood, Barun Münchhausen, "Turbo limač", nekoliko drugih, uglavnom "zločestih" beba i medvjedić Panda. Kombiniraju se, u pravilu, s drugim znakovima i simbolima, što otvara mogućnost i drugačijega pristupa analizi alternativnih oznaka, onoga koji propituje odnos elemenata dominantne kulture, elemenata koji su uobičajeni heraldički motivi ili motivi vojnoga znakovlja, elemenata koji su zemljopisno i nacionalno "neutralni" i elemenata omladinske kulture na alternativnim oznakama. Iako je i taj odnos nemoguće brojčano izraziti, na prvi bi se pogled mogao ustvrditi velik (iako ne i prevladavajući, kao što su to ponekad željeli mediji) broj subkulturnih elemenata, odnosno elemenata popularne kulture.

Omladinska kultura prije svega progovara u odabiru lika koji je glavni vizualni element oznake, ali je omladinski vizualni žargon i znak pobjede, kakav na jednoj

od oznaka pokazuje Casper, i stripovska vizualizacija praska, koja dodatno označuje Charliea Browna na drugoj. S druge strane, znak pobjede i prasak ulaze u semantičko polje vojske i ratovanja, a uz pomoć će se istoga koda u zadanome kontekstu pročitati iskešeni zubi buldoga Bulla. U onim pak slučajevima u kojima likovi s oznake ne pripadaju repertoaru stripa, dječjega filma ili priče, isti se kod sugerira stripolikosću izvedbe za sam kod anonimnog lika. Tako je, primjerice, stripovski oljuđena, kontrastno sjenčana i jasnim i čvrstim crtama iscrtana i glava koze na oznaci *Nonića* iz Pule. Koza, simbol Istre i dio istarskoga grba, ovdje se dodatno označila vojničkim šljemom s maskirnim uzorkom.

\* \* \*

Tri knjige *Hrvatskog ratnog znakovlja* učinile su ove oznake jedinom izbrojivom ratnom manifestacijom *folklornog likovnog izraza*.<sup>29</sup> Zbog toga je i kvantitativna analiza simbola i znakova s oznaka postala mogućom. Ipak, alternativne su oznake hrvatskih vojnih postrojbi govorljivije kada kazuju o "alternativnim aspektima" vojničkog života na bojišnicama. Odvojivši se od svog "normalnog" okruženja, vojnici su na bojišnice sa sobom ponijeli svoj "mirnodopski identitet" i priključili mu novostečeni ratnički. I dok je onaj prvi, mirnodopski, progovarao u višeglasju, temeljeći se prije svega na kulturi mladih i amalgamirajući subkulturno i popularnokulturno sa sada glasnijim ili tek probuđenim nacionalnim, "identitet ratnika" je našao svoj izraz na alternativnim oznakama u prikazima oružja i vojne opreme ili klasičnim vojničkim i heraldičkim elementima oznaka i kompozicije oznaka. Semantičko polje rata i ratovanja, muževnosti, hrabrosti i nepokolebljivosti gradilo se i likovima divljih i snažnih životinja, a u isto su semantičko polje ušli i stripom posredovani likovi ratnika iz drugih kultura (Indijanac, Viking) i drugi junaci stripova i crtanih filmova za ovu priliku označeni elementima odore ili naoružanja Hrvatske vojske (Charlie Brown u uniformi, primjerice). Neki su od tih likova ujedno ponijeli označitelje koji pripadaju drugom velikom semantičkom polju, polju nacionalnog.

Idealna bi analitička situacija pretpostavila semantičku "tablicu" u kojoj bi se predvidjeli modeli odabira označitelja, njihov broj i suodnos, a zatim i broj i opis mogućeg označenog. Kod tog posljednjeg valjalo bi uzeti u obzir ne samo to da skup označitelja čini oznaku, plastičnu ili tkanu krpicu koja označuje postrojbu, nego i postojanje različitih i usporednih označujućih razina na kojima označeno

<sup>29</sup> O samom se fenomenu u knjigama saznaje veoma malo, a o načinu na koji su prikupljene oznake govori ova napomena: "Ova knjiga nastala je na temelju zbirke originalnog ratnog znakovlja Hrvatske vojske, koje je pohranjeno u Ministarstvu obrane Republike Hrvatske. Zbirka je nastajala postupno u Domovinskom ratu Hrvatske tijekom 1991. i 1992. godine. Da bi zbirka znakovlja bila što potpunija, Ministarstvo obrane uputilo je zahtjev svim Operativnim zonama da dostave znakovlje svojih postrojbi s potpunim podacima.

Međutim, sve postrojbe nisu se odazvale zahtjevu. Postojeći i dobiveni podaci omogućili su da većina znakovlja bude obrađena. No onaj dio koji na vrijeme nije primljen i za koji nisu dobiveni potrebni podaci, tiskan je u posebnu poglavlju – dodatku ove knjige" (*Hrvatsko ratno znakovlje*, 1993).



ujedno služi i kao označitelj. Neke su alternativne oznake, međutim, pretrpane označiteljima i čest je slučaj da više označitelja označuje jedno te isto označeno, ili pak da različiti označitelji na jednoj oznaci označuju više označenih pojmova i predodžbi koje mogu ili ne moraju pripadati istom semantičkom polju. S druge strane, u nekih je oznaka minimalan broj označitelja, dok označeno nije uvijek jednako jasno konotirano. No, baš je to mjesto, koje se najjače opire interpretaciji, oblikovala ratnička intima braće po oružju, "neprijeporna ratnička svetinja", "osjećaj međusobnoga pripadanja", koji i nije želio da ga se dijeli drugdje do u krugu u kojemu je nastao. Baš je tu "bisernu školjku" nemoguće, dakle, iznijeti na suhi pijesak, a to što je tomu tako govori uime svih koji put k interpretaciji ne vide kao široku stazu kojoj se s obje strane nalaze tekstovi (kulture) što će ih vrijedan analitičar sve do jednoga pobrati u svoju košaricu, da bi ih zatim, na kraju puta, dobro protresao, razvrstao i pobrojio. Oznaka *Bijelih miševa*, o kojoj mi je pričao Dražen, i nije se ostvarila.

No, s druge strane, nije li ove oznake moguće pogledati i na drugačiji način od onoga koji suho, dosadno, napokon i neplodno analizira njihov oblik? Nisu li one možda jedan od načina koji su se nadali da bi se nosilo sa stvarnošću, da bi se stvorio "narativni identitet": koncepcija vlastitosti koja će funkcionirati u novim okolnostima? Nisu li one poseban komunikacijski način, iako paradigmatičan u smislu pripadanja određenome konceptu muškosti, ali onaj kojega je moguće živjeti čak i ako je teško ili i nemoguće pristati uz značenje toga koncepta, njegove posljedice ili njegovu cijenu (usp. Rosenberg, 1993)? Ne odražavaju li i alternativne oznake hrvatskih vojnih postrojbi, kao i mnogo drugoga iz ovoga poglavlja, sjedinjenje mnogih pojedinačnih iskustava hrvatskih vojnika (i vojnika drugih ratova): napor da se "probavi" iskustvo koje je u isti mah uzbuđenje, samopotvrda, strah, užas, krivnja, izbjegavanje i odricanje...?

Baš iz toga razloga, tvrdi Rosenberg, vojnici rado verbalno antropomorfiziraju svoje oružje i, također, na sebe "preuzimaju" njegove tehnološke kvalitete. I ne samo to. Iz istog se razloga u ratu stvara poseban leksik kojim se posreduje ono što zastrašuje ili je gotovo nezamislivo.<sup>30</sup> Otuda i "slavni" nazivi američkih vojnih operacija, redom "metafora koje se obraćaju kolektivnome identitetu i podrazumijevaju moralnu potvrdu za zajedničku akciju, čineći njezine ciljeve nerazgovijetnima i preinačujući njihovu stvarnu prirodu", a neki od njih i "depersonaliziraju rat, kao da ga vode same sile prirode, a ne obični ljudi" (Rosenberg, 1993: 43-45). Jer, to je zapisao i Eric Leed, povjesničar koji se obratio problemima povijesti psihe (*psychohistory*) da bi opisao "promjenu osobnosti" u Prvom svjetskom ratu: "Iskustvo je rata krajnja potvrda sposobnosti muškarca da svijetu oko sebe pripiše značenje, sve i kada se čini da se taj svijet opire svakome šabloniziranju. Rat mobilizira sve resurse kulturnih značenja (...). To nam omogućuje da te resurse vidimo ne kao apstraktni misaoni sustav, nego kao nešto što iskustvo čini koherentnim i ispunjenim značenjem" (Leed, 1979: X). Stanley Rosenberg nije rekao ništa drugo kada je ustvrdio da

---

<sup>30</sup> Rosenbergov se primjer odnosi na "nazive iz milja" koje su američki piloti, u strahu da ih ne zarobe njihovi "južnoazijski" neprijatelji, dodijelili tamnici Hoa Lo i tamošnjem prihvatnom centru: prvi su nazvali *Hanoi Hilton*, a drugi *Heartbreak Hotel* (Rosenberg, 1993: 45).



je kultura stovarište u kojemu "svaki čovjek može naći potporu (...) u svojim obrambenim naporima da nanovo etiketira iskustvo, naporima koji su zapravo anticipirani kolektivnim tropima, pa ih ti tropi i ohrabruju" (Rosenberg, 1993: 47). Zbog toga, kad se pobjegne od medicine, u istim se fenomenima može prepoznati i vojnički folklor,<sup>31</sup> a kada se iz euro-američkih ratova<sup>32</sup> vrati u rat u Hrvatskoj i u alternativnim oznakama hrvatskih vojnih postrojbi i u Bljesku i Oluji, ili u Hrvatskome ratniku, može se prepoznati "preinačavanje preinačenoga", svjež sloj na starom vojničkom stereotipu koji ponekad svoj uzor i nije želio sakriti.

## RATNI GRAFITI, KUHAČE I POSLJEDNJA VEČERA

Među najpopularnijim su prenositeljima "folklornih likovnih ratnih poruka" bili grafiti. Televizijski i novinski ratni reporteri rado su ih koristili da bi njima posredovali "atmosferu s prvih linija", ukazali na inat i otpor hrvatske, ili divljaštvo i bezobzirnost neprijateljske (srpske, "jugokomunističke", "četničke", "odmetničke...") strane.

U slikovnom su repertoaru ratnih grafita najčešći i značenjski najpotentniji motivi bili grbovi: hrvatska šahovnica i srpski *krst sa četiri ocila*. Također, njihova su se značenja čitala s lakoćom: zaraćene su strane svojim grbom najčešće posvajale prostor, dok su neprijateljski oblikovno transformirale da bi ga ismijale, "raskrinkale" ili "osvojile". Posebno su gust uzorak iscrtali ratni sukobi ondje gdje su bili najžešći, a pomicanja bojišnica učinila su ove grafite manifestima i potvrdama ostvarenih vojnih uspjeha omogućujući i nastajanje jedinstvene grafičke "slojevitosti": najčešće u obliku jednostavnih slikovnih dosjetki, sažeci pobjeda su se iscrtavali i na prethodnim "slojevima" grafita koje je neprijatelj ostavio za sobom.

Hrvatska šahovnica i srpski križ s četiri *ocila* u mnogim su slučajevima, dakle, nadomjestili ili pratili tekstne grafičke izjave "Ovo je Hrvatska" ili "Ovo je Srbija" i "Ovo je Krajina" ili "Po rešenju zauzeto".<sup>33</sup> U ambicioznijim likovnim rješenjima, posebno onima koja su prikazivala ljudske likove – rjeđe karikaturalna obličja protagonista trenutačne političke scene i češće pojmove, poopćene likove bezimernih na suprotnim stranama bojišnica – dva su grba služila kao dodatni označitelji većinom ionako nedvosmislenim slikovnim atributima: licu zaraslom u bradu i brkove, okrvavljenu nožu, maskirnoj uniformi, *Ray Ban* naočalama...

Neki su autori grafita, međutim, intervenirali u oblik protivničkih grbova da bi upravo u te intervencije ugurali svoje poruke. Primjere koje je Arif Ključanin zabilježio

<sup>31</sup> Za Leeda taj pojam opisuje "fantazije i legende" koje se "šire u rovovima i iza bojišnica", priče koje s istinom nemaju nikakve veze: "Izvištaji o 'oficiru-uhodi', o pastiru koji je pokazao raspored jedinica razmještajem svojih ovaca, o rovu koji se pretvorio u rijeku krvi, o razapetim Kanađanima, Nijemcima ili Francuzima (...), o vojsci dezertera koja živi iza Ničije zemlje (...) su popularne legende, likovi i opisi. Ali oni nisu bili istiniti, pa se zbog toga čini da prikrivaju ratnu zbilju" (Leed, 1979: 116). Toj bi se tvrdnji, mislim, moglo štošta prigovoriti, a u pojam koji je Leed upotrijebio još mnogo toga upisati, i folklornog i "istinitog".

<sup>32</sup> Pojam prema Cooke i Woollacott, 1993: IX.

<sup>33</sup> Vidi: Ključanin i Senjković, 1995.

fotografskim aparatom u Rijeci, Senju i Zadru 1991. i 1992. godine združuje ideja o oblikovnoj i značenjskoj intervenciji u izgled srpskoga grba na mjestu *ocila*. Umjesto *ocila* u međuprostore su se krakova grčkoga križa ucrtali upitnici, dugmad, vijugave crte izmeta, muška spolovila, upisalo se kratko, onomatopejsko HA (HA, HA, HA, HA), a na nekoliko su se primjera ranije iscrtana, posvajačka *ocila* pretvorila u glave "maršovaca", u črkarije bez značenja (koje označuju upravo odsutnošću značenja) ili se *ocilima* dopisalo slovo W (WC).<sup>34</sup>

Sličan je idejni impuls naveo autora grafita iz Suhovara kraj Zadra da pravilan raster šahovnice hrvatskoga grba ispuni *ocilima* i na taj način predstavi srpske teritorijalne pretenzije. Također, jedan je od zadarskih grafita suprotstavio hrvatski i srpski grb, antropomorfizirao ih dodavanjem ruku s boksačkim rukavicama i iznad hrvatskoga grba dopisao "HDZ", pripisavši tako pobjedu iscrtanu pomicanjem srpskoga grba iz okomice zaslugama vladajuće političke stranke (Ključanin i Senjković, 1995: sl. 12 – 21, 74 i 22).

Na zidovima koji su se našli na mjestu prvih crta bojišnice vojnici su iscrtavali i znakove koje su izmislili da bi označili svoju postrojbu alternativno i intimnije od birokratskog vojničkog naziva s brojem i dvjema prekrštenim puškama, oznake koju im je dodijelilo postupno organiziranje Hrvatske vojske (isto: sl. 25, 26, 27, 35).

Alternativne oznake Hrvatske vojske i hrvatski ratni grafiti podatan su usporedbeni materijal, a junaci stripova i popularnih crtanih filmova koje poznaju obje "vrste" građe najmarkantniji su motivi hrvatske ratne ikonografije, motivi koji su podupirali tezu o pripadnosti Hrvatske, hrvatske mladeži i hrvatskih vojnika zapadnom civilizacijskom krugu, toliko različitom od onoga u koji se užlijebila kultura neprijatelja (isto: sl. 44 – 48). Ujedno su, dakle, bili dijelom identiteta Hrvatske vojske (pa time i mlade hrvatske države) i sudjelovali u njenoj daljnjoj izgradnji, a reproducirani u medijima masovnoga komuniciranja predstavljali su željeni model i, također, "podobnu predstavu", najbolje među slikama rata namijenjenima Zapadu. Upravo su takve slike, naime, bile ono što je Zapad najmanje očekivao: neporecivo istinite, činile su se nepovezivima s idejom rata, djelovale su infantilno i miroljubivo, udaljeno od predodžbe podivljalog i zaostalog Balkana ogrezlog u krvi.

\* \* \*

*Kako su dani jedan drugome nalikovali kao jaje jajetu, tako sam imao strahovitu potrebu da se nešto dogodi sa mnom. Htio sam se baviti nečim pametnim. Netko od mojih predložio mi je da rezbarim drvo i izrađujem predmete. Bilo mi je smiješno, ali i lukavo. Raspitivao sam se otkud to, a onda nabasao na Damira. On je razjasnio stvar. 'To sam vidio da rade Aljmašani. Netko ih je iz sela naučio. Prave različite figure. Od drvosječe, preko sjekire zabijene u panju, frula, pa do kuhača. Mogu ti reći da su svi zaraženi time (...)' (Prkačin, 1995: 58).*

---

<sup>34</sup> Na sličan su način reagirali vatreni navijači Dinama u vrijeme kada su se uz maksimirsku ogradu pojavili prvi križevi s četiri ocila. Obloj su crti ćirilčkoga slova c dodali ravnu okomitu: *bad blue boys, dinamo*.

*Na zidu je, raširena, bila pričvršćena velika hrvatska zastava. Na drugoj strani sobe, uza zid, bili su poslagani stolovi s različitim uređajima: radiostanicom, kompjuterima, telefonima. Na zidu su visjeli papiri s ispisanim telefonskim brojevima zapovjedništava na terenu, vlade, zapovjedništva Zbora narodne garde u Zagrebu, bolnice, policije... Uz njih je stajao crtež koji je odmah privlačio pažnju: nasmijani četnik glupog izraza lica s bradom, šubarom, opancima i redenicima, nosio je na ramenu – poput američkih crnaca na uho naslonjen ogromni kasetofon. Iz nacrtanih zvučnika izlazile su note i tekst pjesme Od izvora dva putića, a iza četnikovih leđa bio je putokaz koji je pokazivao smjerove Vukovara i Beograda. Cijeli je crtež bio pažljivo nacrtan i obojan, što je značilo da si je netko dao puno truda.*

*Imamo mi toga još dobacio je Julije vidjevši što je privuklo moju pažnju. Rukom me pozvao da pogledam papir obješen na zidu pored ulaza u prostoriju s njegove strane sobe. Bio je to uredno otipkan menu: četnik na lešo, četnički papci u vlastitom sosu i slični 'specijaliteti' (Mirković, 1997: 152).*

\* \* \*

*Marijofila sam zapravo upoznao na izložbi u Ateljeu '90, na dan druge obljetnice pada Vukovara. Izloženi su bili likovni radovi logoraša i tu je Marijofil imao dosta radova. Pitam ga za to, a on mi kaže: 'Mene je držalo to što sam počeo slikati, tj. crtati. Prvo na papirićima od kutija keksa i ribljih konzervi. Te kekse dobivali su oni kojima je rodbina slala. Nastavio sam crtati na majice; to su one poznate s rešetkama i natpisom iznad kamenog dijela – 'Sirmium brothers', tj. 'srijemsko-mitrovačka braća'. Druge majice imale su motiv vukovarskog vodotornja opasanog bodljikavom žicom. Zatim je tu više religioznih motiva, gdje je najčešće Kristov lik i Posljednja večera. U logoru su tražili tko je autor tih majica, a svi su rekli 'taj je otišao u razmjeni' – i tako je Marijofil bio oslobođen od istrage. To su majice koje su logoraši imali na sebi, a njih je donosio Crveni križ kao potkošulje. 'Za crtanje sam koristio kemijsku olovku koja je isto dobivena od Crvenog križa. Crveni je križ dolazio jednom mjesečno i mi bi tada dobivali nešto odjeće i hrane. Kad bi istražitelji našli te majice, odmah bi ih poderali i bacili, a ljudi su se trudili da ih dobro sakriju'. Na kartonu od šteka cigareta Marijofil crta strip, ali od svega toga on ništa neće iznijeti na slobodu. To su sve iznijeli drugi i sada se sve čuva u Ministarstvu obrane za budući muzej o domovinskom ratu. Na vreći za šećer Marijofil je nacrtao Posljednju večeru i taj crtež iznio je čovjek tako što ga je gurnuo u rukav. Taj crtež iznesen je u razmjeni 27. ožujka. Tako njegovi crteži izlaze na slobodu prije njega' (Runtić, 1995: 149).*

Vojni muzej čuva doista i predmete koje su izradili zarobljenici srpskih logora i uspjeli ih iz njih iznijeti. Stvoreni u nemogućim uvjetima zarobljeništva i iz krajnje reduciranog izbora materijala, mogli bi ispričati posebnu i sasvim drugačiju priču o folklornom likovnom izrazu u ratu. Jedan sam dio fundusa imala priliku vidjeti, no

takav je "pogled" bio nedovoljan čak i za "lepršav", etnografski uvid. Tisuću sam se puta pitala o razlozima zbog kojih mi Zlatko Ivković nije dozvolio da prekapam po kutijama i ladicama u koje je smjestio građu tada još vojnog *in spe* muzeja, fotokopiram crteže koji mi se učine zanimljivima, neke predmete snimim fotografskim aparatom... Ipak, nisam ustrajala u namjerama koje su me dovele k njemu: baš svaka priča koju je ispričao – da bi meni, koja sam rat provela ispred televizora ili, četiri kata niže, u podrumskome skloništu, objasnio kako je i zašto nastao neki od predmeta i na koji je način dospio u muzej – gurala me korak unatrag. Nisam se mogla oteti osjećaju da bi moja "analiza materijala" bila, tako i tako, nedostojna osjećaja koji su se u njega upisali, čak i kada bih uspjela "pogoditi" njegovo značenje. Kako da (i sebi) opravdam prekapanje po tragici ljudskih sudbina, koje ni na jednome drugom mjestu kao na ovome, uzničkome, nisu samo neopisivo bolnije, nego i, doista, neopisivije?

Predmeti o kojima je riječ kratili su i olakšavali vrijeme provedeno u zarobljeništvu ili u samom postupku izrade, ili, kao što je to bio slučaj sa šahovskim figurama, igračim kockama i kartama, i nakon svoga dovršenja. Onoj prvoj "vrsti" predmeta pripadaju brojni crteži kemijskom olovkom ili flomasterom na kartonu kutija ili papirima koji su omatali zarobljeničku hranu ili pak na običnim bijelim potkošuljama, krunice ispletene iz niti izvučenih iz odjeće ili pokrivača, jedan stručak cvijeća iz aluminijske folije... Koliko sam uspjela vidjeti, crteži su većinom prikazivali biblijske teme ili teme iz života u logoru. Dvije se od pet reprodukcija iz kataloga jedne izložbe odnose upravo na život u logoru: crtež na bijeloj majici pokazuje prozor u kamenom ili ciglenom zidu, zatvoren debelim metalnim rešetkama i dvije ruke okovane lancima koje čvrsto stišću rešetke; crtež na kartonskoj podlozi vjerojatno je autoportret, prikazuje torzo čovjeka u košulji uzdužnih usporednih pruga pred ciglenim zidom – uokolo su zabilježeni brojevi od kojih se neki odnose na dane tamnovanja, podatak o autoru: "KPD Sremska Mitrovica / Banovak Darko / 2319", nekoliko vukovarskih podataka: "Velepromet (Hangari) Vukovar / Opsada Vukovara 24. 8. 91. – 18. 11. 91." i poruka "Ne vredi više".

Različit pribor za igru je, s druge strane, jasno progovarao o otporu da se prihvati novi, zatvorski identitet. Snopovi karata koje čuva muzej prava su remek-djela volje za životom. Neki su od njih doista minuciozne imitacije "mađarica", iscrtane kemijskom olovkom na kartonu kutija ribljih konzervi. Autor karata prikazanih u katalogu na njih je zapisao svoje ime i datum izrade, 22. III. 1992.

Šahovske figure i karte za igranje zarobljenici su "mijesili" iz kruha. Strpljivim gnječenjem materijal je postajao konzistentniji i pogodniji za modeliranje, mogao se zacrniti garom izgorjelog papira i pobijeliti pastom za zube ili za brijanje.

## PORTRET SA PSOM

Lutajući nezbrinuti psi i psići, koji su pronašli toplinu u naručjima hrvatskih ratnika i hranu u njihovim tanjurima, bili su jednako dobrodošao nadomjestak normalnosti kakva se u vrijeme mira možda i ne bi pokazala, koliko i pogodan medijski odslik

vojničkoga srca, gdje je "siroti psić" postao nalik vodviljskoj vedeti koja nastupa u ime dogradnje identiteta, i neizricanjem, ali podrazumijevanjem negativnih epiteta drugoj, sada i neprijateljskoj strani. Na ovome će se mjestu, također, pitanje mjere različitosti "neopisive stvarnosti" i "instrumentalizacije stvarnosti" moći činiti manje bezočnom.

Kada je, naime, Saša Fedorovsky zapisao uspomenu na psića kojega mu je doveo rat, on je, rekla bi teorija, pristao na svaku buduću moguću instrumentalizaciju (i ovoga) sjećanja:

*Izvirim, moj kalašnjikov kratko zalaje, ponovo se zavučem za zid. Odjednom u moje krilo uskoči mali psić. Vrlo mlad, i šapicama i repićem se otiskuje o moje noge i najradije bi se zavukao pod moju košulju. Odlazem pušku (priznajem, idiotski potez jer su četnici u taj tren mogli doći kroz vrt) i počinjem ga milovati, tješiti, umirivati (Fedorovsky, 1992: 40).*

Fedorovsky se možda i nije slikao sa psom o kojemu je pisao. Ako nije, onda su to umjesto njega učinili mnogi drugi. Jedan je od njih Veljko Barbieri. Fotografija koju je objavio u svojem dnevniku iz Pakraca snimljena je, kako piše uz nju, u Štedrici, na južnome bojištu, u jesen 1991. godine (Barbieri, 1996). U maskirnoj se uniformi i sa psom koji miran leži kraj njegovih nogu slikao i tada još budući hrvatski ministar vanjskih poslova Tonino Picula. Fotografiju je objavio *Nacional*, uz druge fotografije kojima su se građanima Hrvatske predstavili novi ministri nove, Račanove vlade (*Nacional*, 26. siječnja 2000).

Ipak, ako autor ili kazivač javnim predstavljanjem *neopisive istine* nude i određenu vrstu upozorenja kako se Ona ne bi ponovila, hoćemo li i to nazvati izdajništvom (ma koliko apstraktno mišljenim) i pristajanjem na izvjesnost "instrumentalizacije"? Ili je riječ o apriornoj i osviještenoj izdajničkoj autorskoj poziciji, ono koja čisti priču, a opterećuje govornika?

*Molimo da shvatite da mi ne tražimo paradu, spomenik ili sućut. Tražimo, međutim, da se na svoj način sjetite 57.661 Amerikanca koji je poginuo u ratu. Možda uzalud. Ali ako smo mi, kao pojedinci i kao nacija, u jugoistočnoj Aziji naučili nešto vrijedno, onda žrtva nije bila uzaludna. Ako ništa drugo, nas se trideset i troje osjeća mudrijima jer nismo pobjegli od svojih sjećanja na rat i one koji su u njemu poginuli" (Santoli, 1981: XV).*

Vijetnamski veteran koji je okupio sjećanja svojih suboraca u knjizi je (bestselleru kojemu gornji odlomak stoji u predgovoru) priložio i svoju fotografiju: zajedno s još četvoricom, samo u hlačama maskirne uniforme, s križem na lančiću oko vrata, čuči pred naslaganim vrećama pijeska i grli maloga psa.

Ako je Al Santoli (ili tko drugi), odmah pošto se slikao sa psom, u ruke uzeo pušku i ubio nekoliko neprijateljskih vojnika ili civila ili *Dječaka sa Psom* na pragu njegove kuće,... hoće li njegova fotografija značiti licemjerje? Ili je licemjerno u njoj vidjeti licemjerje, skraćujući svu kompleksnost *neopisive istine* na još jedan komplet kategorija? Ovo pitanje, ipak, ima i svoju opasnu stranu, a opasnost se skriva ne u onome što je doista bilo "ondje", prije i poslije škljocaja fotografskog aparata, nego

u tome što se "ovdje" slika objavila. Tada ona opravdava Freemana Dysona koji je iz godine u godinu "odstupao od svojih moralnih zasada", pristavši na kraju i na neselektivno bombardiranje gradova.<sup>35</sup> Dyson je u Drugom svjetskom ratu ratovao na strani pobjednika, no što bi Amerikanci rekli na sliku jednog Viet Conga sa psom? Kakva ćemo mi značenja upisati u *Portret četnika sa psom*? I, da su kojim slučajem imali fotoaparat, bi li se i spartanski ratnici slikali sa psima?

No, licemjerna mogu biti i sva ta pitanja, ako govore samo u ime govornika, intelektualca koji ih postavlja da bi bio kritičan, ostavljajući žrtve – onu koja je pala da se ne digne, onu koja oplakuje i onu koja se slikala sa psom – da se žrtvuju. Ta pitanja možda mogu govoriti i o nekoj kvaliteti *odmaka*, pa onda i o kvaliteti znanstvenoga uvida. Ja ću radije po zaključak poći natrag, na početak, ondje gdje se *neopisiva istina* želi opisati, svojim "kazivačima". Glenn Gray je jedan od njih. Riječ je, tvrdi, o "zaštitničkoj ljubavi ili brizi" vojnika, istoj onoj zbog koje će svoj vlastiti život izložiti pogibelji da bi ranjenoga izvukao iz vatre. I ne samo to:

*Ovaj impuls ne pripada samo onima kojih je vojnička dužnost da skrbe; ponekad, on postaje općim nagonom i opisuje većinu vojnika. Napušteni i siročad i izgubljeni kućni ljubimci polažu posebno pravo na sklonosti ratnika, koji ih obasipaju neobičnom pažnjom i nježnošću. Između zaštitnika i zaštićenoga najčešće ne postoji mnogo privlačnosti. Vojnike pokreće sažaljenje koje krhka i bespomoćna smrtna bića mogu proizvesti u većine ljudi. Ono se često odnosi i na ranjenoga neprijatelja* (Gray, 1998: 83).

Jean Bethke Elshtain je u ovoj slici otkrila paradoks u kojemu se usporednim crtama iscrtavaju "organizirana masovna ubijanja" i "skrb za mala, ranjiva bića": "Muškarci su uzgajali cvijeće i povrće na rubovima svojih vojničkih logora na Zapadnome frontu. Posvajanje životinja – zalutalih psića, čak i malih miševa – kao ljubimaca, uobičajena je praksa o kojoj su izvješćivali ratni izvjestitelji poput Ernlea Pylea i opisivali je muškarci koji su bili u ratu, poput Graya, Roberta Gravesa, Hemingwaya" (Elshtain, 1987: 209).

Psić je samo jedan od primjera. Mogao bi se upisati i u ostale koji ovdje imaju svoje naslove. O tome sam, nažalost, zaboravila pitati Zelu i Dražena.

---

<sup>35</sup> Freeman Dyson, ugledni fizičar i profesor emeritus na *Institute for Advanced Study* u Princetonu u svojoj je "znanstvenoj autobiografiji" (*Disturbing the Universe*, 1979) opisao vlastito iskustvo civilnog službovanja u britanskom RAF-u: "Na početku sam rata snažno vjerovao da su svi ljudi braća, sebe sam nazivao sljedbenikom Gandhia i bio sam protiv svakoga nasilja. Nakon godinu sam dana ratovanja odstupio i rekao: 'Nažalost nenasilno je suprotstavljanje Hitleru neostvarivo, ali ja sam još uvijek protiv bombardiranja'. Nekoliko godina kasnije rekao sam: 'Nažalost, čini se da je bombardiranje nužno da bi se dobio rat, pa ću sudjelovati u zapovjedništvu tih jedinica, ali još sam uvijek protiv neselektivnog bombardiranja gradova'. Kada sam došao u Zapovjedništvo, rekao sam: 'Nažalost, čini se da neselektivno bombardiramo gradove, ali to je moralno opravdano, jer pomaže da se dobije rat'... Odstupao sam od svojih moralnih zasada, jedne po jednu" (prema Elshtain, 1987: 204).



## Literatura

- ADAMS, Valerie (1986). *The Media and the Falklands Campaign*, MacMillan Press, London;
- ARNOLD, Vincent W. (1998). *The Illusion of Victory: Fascist Propaganda and the Second World War*, Peter Lang, New York;
- BAIRD, Jay W. (1974). *The Mythical World of Nazi War Propaganda 1939-1945*, University of Minnesota Press, Minneapolis;
- BARTOV, Omer (1991). *Hitler's Army. Soldiers, Nazis, and War in the Third Reich*, Oxford University Press, New York and Oxford;
- BENNETT, Tony (1986). "Theories of the media, theories of society", u: Gurevitch i dr. (ur.), 1986, str. 30-55;
- (1986b). "Media, 'reality', signification", u: Gurevitch i dr. (ur.), 1986, str. 287-308;
- BERG, Rick (1986). "Losing Vietnam: Covering the War in an Age of Technology", u: Rowe i Berg (ur.), str. 115-147;
- BERG, Rick i John Carlos Rowe (1986). "The Vietnam War and American Memory", u: Rowe i Berg (ur.), str. 1-17;
- BLUMLER, Jay G. i Michael Gurevitch (1986). "The political effects of mass communications", u: Gurevitch i dr. (ur.), str. 236-267;
- BOOSE, Lynda E. (1993). "Techno-Muscularity and the 'Boy Eternal': From the Quagmire to the Gulf", u: Cooke i Woollacott (ur.), str. 67-106;
- CARLTON, Eric (1990). *War and Ideology*, Routledge, London;
- COOKE, Miriam i Angela Woollacott (ur.) (1993). *Gendering War Talk*, Princeton University Press, New Jersey;
- CORNER, John, Philip Schlesinger i Roger Silverstone (ur.) (1998). *International Media Research. A Critical Survey*, Routledge, London and New York;
- CREW, David F. (ur.) (1994). *Nazism and German Society, 1933-1945*, Routledge, London i New York;
- CURRAN, James, Michael Gurevitch i Janet Woollacott (1986). "The study of the media: theoretical approaches", u: Gurevitch i dr. (ur.), str. 11-29;
- CURRAN, James i Jean Seaton (1997). *Power Without Responsibility (The Press and Broadcasting in Britain)*, Routledge, London, New York;
- DOOB, Leonard W. (1948). *Public Opinion and Propaganda*, Henry Holt and Company, New York;
- ELSHTAIN, Jean Bethke (1987). *Women and War*, Basic Books, New York;
- FISKE, John i John Hartley (1978). *Reading Television*, Methuen & Co, London;
- FRASER, Lindley (1944). *Germany between two wars (A study of propaganda and war-guilt)*, Oxford University Press, London, New York, Toronto;
- (1957). *Propaganda*, Oxford University Press, London;
- GLASGOW UNIVERSITY MEDIA GROUP (1995). *Industry, economy, war and politics; Glasgow Media Group Reader, Volume 2*, (ur. Greg Philo) Routledge, London i New York;

- GOEBBELS, Joseph Paul (1983). *The Goebbels Diaries 1939-1941*, preveo i priredio Fred Taylor, Sphere Books Limited, Great Britain;
- GOMBRICH, E. H. (1970). *Myth and Reality in German War – time Broadcasts*, University of London, The Athlone Press, London;
- GUREVITCH, Michael, Tony Bennett, James Curran i Janet Woollacott (ur.) (1986). *Culture, Society and the Media*, Routledge, London, New York;
- HALLIN, Daniel C. (1994). "Images of Vietnam and the Persian Gulf", u: Jeffords i Rabinovitz (ur.), str. 45-57; "The Media and War" u: Corner, Schlesinger i Silverstone (ur), str. 206-231;
- HORVAT-PINTARIĆ, Vera (1991). "Krvavi koncert na hrvatskim bojištima", *Globus*, Zagreb, 20. prosinca, str. 59 i 61;
- JEFFORDS, Susan (1989). *The Remasculinization of America: Gender and the Vietnam War*, Indiana University Press, Bloomington i Indianapolis;
- JEFFORDS, Susan i Lauren Rabinovitz (ur.) (1994). *Seeing Through the Media. The Persian Gulf War*, Rutgers University Press, New Brunswick, New Jersey;
- KELLNER, Douglas (1995). *Media Culture*, Routledge, London i New York;
- KLUJČANIN, Arif i Reana Senjković (1995). *Hrvatski ratni grafiti*, Zri-Šport, Zagreb;
- Ratni roman* (1998). *Kolo 3*, Matica hrvatska, Zagreb;
- LALIĆ, Dražen i Nenad Bulat (1992). "Rat i mladi: Prema novoj generacijskoj kulturi", u: *Sociologija i Rat*, Biblioteka revije za sociologiju 24, Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb, str. 83-91;
- LEED, Eric J. (1979). *No Man's Land: Combat and Identity in World War I*, Cambridge University Press, Cambridge, London, New York, Melbourne;
- LÉVI-STRAUSS, Claude (1979). *Totemizam danas*, Beogradski izdavačko-grafički zavod, Beograd;
- MAKOVIĆ, Zvonko (1992). "Ratni grafiti: Hrvatska 91/92", predgovor katalogu izložbe fotografija Arifa Ključanina *Hrvatski ratni grafiti*, Galerija "Zvonimir", Zagreb;
- McNAIR, Brian (1995). *An Introduction to Political Communication*, Routledge, London i New York;
- McQUAIL, Denis (1977). "The Influence and Effects of Mass Media", u: Curran, i dr. (ur.), str. 70-94;
- (1992). *Mass Communication Theory (An Introduction)*, Sage Publications, London, Newbury Park, Beverly Hills, New Delhi;
- MERCER, Derrik, Geoff Mungham i Kevin Williams (1987). *The Fog of War: the Media on the Battlefield*, Heinemann, London;
- MITHERS, Carol Lynn (1986). "Missing In Action: Women Warriors in Vietnam", u: Rowe i Berg (ur.), str. 75-91;
- MOSSE, George L. (1990). *Fallen Soldiers. Reshaping the Memory of the World Wars*, Oxford University Press, New York i Oxford;
- POVRZANOVIĆ, Maja (1995). "Crossing the Borders: Croatian War Ethnographies", *Narodna umjetnost* 32/1, IEF, str. 91-106;

- PRICA, Ines (1992). "Građa o običnom životu u ratu" (u: Poetika otpora), *Narodna umjetnost* 29, str. 81-102 (45-105);
- REŠIĆ, Sanimir (1999). *American Warriors in Vietnam. Warrior Values and the Myth of the War Experience During the Vietnam War, 1965-1973*, Sanimir Resic – Malmö;
- RABINOVITZ, Lauren (1994). "Soap Opera Woes: Genre, Gender, and The Persian Gulf War", u: Jeffords i Rabinovitz (ur.), str.189-204;
- RHODES, Anthony (1984). *Propaganda (The Art of Persuasion: World War II)*, Agnus & Robertson Publishers, London, Sydney, Melbourne;
- ROSENBERG, Stanley D. (1993). "The Threshold of Thrill: Life Stories in the Skies over Southeast Asia", u: Cooke i Woollacott (ur.), str. 43-66;
- ROWE, John Carlos i Rick Berg (ur.) (1986). *The Vietnam War and American Culture*, Columbia University Press, New York;
- SANDERS, M. L. i Philip M. Taylor (1982). *British Propaganda During the First World War, 1914-1918*, MacMillan Press; London;
- SANTOLI, Al (1981). *Everything We Had: An Oral History of the Vietnam War by Thirty-Three American Soldiers Who Fought It*, Ballantine Books;
- SENJKOVIĆ, Reana (1992). "Na početku su bili grb, zastava i pleter (...)" (u: Poetika otpora), *Narodna umjetnost* 29, str. 63-80 (45-105);
- (1995). "The Use, Interpretation and Symbolization of the 'National'". Croatia 1990-92, *Ethnologia Europaea* 25/1, str. 69-79; (1996). "Image of the Warrior", *Narodna umjetnost* 33/1, Zagreb, str. 41-57;
- STEIN, Gertrude (1945). *Wars I Have Seen*, Random House, New York;
- STRINATI, Dominic (1995). *An Introduction to Theories of Popular Culture*, Routledge, London i New York;
- TAYLOR, John (1991). *War Photography (Realism in the British Press)*, Routledge, London.
- THOMPSON, Mark (1995). *Kovanje rata. Mediji u Srbiji, Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini*, Hrvatski Helsinški odbor – Građanska inicijativa za slobodu javne riječi, Zagreb;
- ZEMAN, Zbynek (1978). *Selling the War (Art and Propaganda in the World War II)*, Orbis Publishing, London;
- YASS, Marion (1983). *This is Your War (Home front propaganda in the Second World War)*, Her Majesty's Stationery Office, London;

## Građa

### Ratna proza

- BARBIERI, Veljko (1996). *Tko je sa mnom palio kukuruz (Dnevnik iz Pakraca)*, Hrvatsko slovo, Zagreb;
- BILOGLAV, Leonardo (1997). *Pakleni kontrapunkt*, Spot, Zagreb;
- CVETNIĆ, Ratko (1997). *Kratki izlet*, Ceres, Zagreb;

- ERCEG, Heni (1995). *Ispodvijesti o ratu u Hrvatskoj*, Feral Tribune, Split;
- FEDOROVSKY, Saša i Željko Kliment (1992). *Vukovarski dobrovoljac*, Poprekam, Zagreb;
- GRAY, Glenn J. (1998). *The Warriors. Reflections on Men in Battle*, University of Nebraska Press, Lincoln and London;
- KRSTULOVIĆ, Zvonimir (1997). *Pješice u rat*, Marjan express, Zagreb;
- MIRKOVIĆ, Alenka (1997). *91,6 MHz – Glasom protiv topova*, Algoritam, Zagreb;
- MUČALO, Marina (1993). *S domovinskih bojišta*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb;
- PAVIČIĆ, Jurica (1997). *Ovce od gipsa*, A. B. Gigantic, Solin-Solit;
- PETRIĆ, Igor (1997). *Taktička grupa 5*, Trgo-rast, Zagreb;
- PRKAČIN, Nada (1995). *Povratak Luke Jurića*, Privlačica, Vinkovci;
- RUNTIĆ, Davor (1995). *Tako smo branili Vukovar*, Vinkovačke jeseni i fwt, Vinkovci;

## Ostalo

- Hrvatsko ratno znakovlje: domovinski rat 1991-1992*, (1992). priredila Ankica Tuđman (znakovlje i podatke sakupio Zlatko Ivković), Piramida 256 i AKD-Hrvatski tiskarski zavod, Zagreb;
- Hrvatsko ratno znakovlje, knjiga 2* (1993). priredila Ankica Tuđman (znakovlje i podatke sakupio Zlatko Ivković), Agencija za komercijalnu djelatnost, Zagreb;
- Hrvatsko ratno znakovlje, knjiga 3* (1999). priredila Ankica Tuđman (znakovlje i podatke sakupio Zlatko Ivković), Humanitarna zaklada za djecu Hrvatske, Zagreb;
- Moj tata je hrvatski vojnik* (1992). katalog izložbe, Hrvatska vojska, Zapovjedništvo Operativne grupe Zagreb, Odjel PD – Goranko Fižulić, Ministarstvo prosvjete i kulture, Zavod za školstvo, Umjetnički paviljon u Zagrebu 31. siječnja – 23. veljače, Zagreb;
- Za obranu i obnovu Hrvatske* (1991). katalog izložbe, Gradski fond za kulturu grada Zagreba, Umjetnički paviljon u Zagrebu, listopad – prosinac 1991, Zagreb;
- What did you do in the War Daddy (A Visual History of Propaganda Posters)*, (1983). Peter Stanley (predgovor), Australian War Memorial (odabir reprodukcija), Oxford University Press, Melbourne, Oxford, New York.

**Napomena:** Video zapise na koje se referiraju pojedini opisi u članku i rukopise koje označuje kratica IEF čuva dokumentacija Instituta za etnologiju i folkloristiku.

## PROPAGANDA, THE MEDIA, HEROES, MYTHS AND WARRIORS

Reana Senjković

### Summary

*The history of the research of mass media and the propaganda they disseminate is in its essence connected with the great wars of the twentieth century. They provided a strong incentive to the study and research of the influence of the media on the forming of public opinion. Also, social crises, of which wars are certainly the most intense kind, make people more dependant on information, but also less critical of their content. And while all these statements are indisputable, the room they leave for different viewpoints, insights and even disciplines always allows them to be a subject of discussion, which can never be fully concluded.*

*The media images from wartime Croatia (1991-1995) very much resemble the media images of other wars of the twentieth century. Accordingly, the figure of the Croatian Warrior, derived from these images to become a role model, and a motivator, but also to inscribe itself into the identity of the nation, greatly resembles other figures of model warriors. Still, that figure, as many relevant segments in foreign scientific literature show, is not necessarily and exclusively the result of top-down war censorship.*

*But it seems especially interesting to compare the media-produced figure of the Croatian Warrior with the "croatian soldier" described by wartime autobiographic prose, or the testimonies of those who went to war as volunteers, as well as those who were brought to the battlefields through mobilisation. Here, the field reflections of the media-produced Warrior often become the objects of mockery or reasons for bitterness. The first case refers to the uselessness of "iconographic additions" and even the misunderstanding of the "laws of the battlefield", while the second case refers to the dishonesty of the image and its disproportion in view inadequate supplies and hard conditions of warfare.*

**Keywords:** propaganda, war, the media, Croatian soldier, warrior